



PlayGreen

Keskkonna vabatahtlike “Rohelise Tiimi” kokkupanemine Strateegia

Coordinated by:



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union





SISSEJUHATUS	3	
I. STRATEEGIA KESKKONNA VABATAHTLIKE KAASAMISEKS	3	
Kes on keskkonna vabatahtlikud?	3	
Kuidas leida keskkonna vabatahtlike?	6	
II. PILOOTRIIKIDE NÄITED	8	
Belgia Jalgpalli Liidu Flaami allüksus	11	
Strategy used to target the green team of volunteers	11	
Lessons learned	12	
Eesti Jalgpalli Liit	12	
Strateegia, mida kasutati vabatahtlike kaasamiseks	12	
Saadud kogemus		13
Malta Jalgpalli Liit	14	
Strateegia, mida kasutati vabatahtlike kaasamiseks	14	
Saadud kogemus		16
Leedu Jalgpalli Liit	17	
Strateegia, mida kasutati vabatahtlike kaasamiseks	17	
Saadud kogemus		18



SISSEJUHATUS

PlayGreen on Erasmus+ projekt, mida saab rakendada iga spordi organisatsioon, mis tahab kaasata vabatahtlike sporti tegema ja/või tahab luua rohujuure tasandil koos vabatahtlikega rohelisemaid spordiüritusi. Idee PlayGreeni taga on, et noored keskkonna aktivistid kasutaksid oma loovat mõtlemist ja kasutaksid oma oskusi, et luua jätkusuutlik üritus ning seeläbi õpetada organisatsioonidele/ spordikeskustele kuidas nad saaksid olla jätkusuutlikumad. See strateegia on osa tööriistadest mis sisaldab nii vahendeid, kui ka pedagoogilisi materjale roheliste spordiürituste jaoks, kus on Rohelised vabatahtlike meeskonnad (Green Team).

I. STRATEEGIA KOOSTAMAKS KESKKONNA VABATAHTLIKE MEESKONDA

Kes on keskkonna vabatahtlikud?

Keskkonna vabatahtlikud on inimesed, kes on motiveeritud lahendama kliimamuutust ja töötama keskkonna kaitsmise nimel. Nii üleliigsena, kui see tundub on nende motivatsioon võtmetähtsusega. Nad võivad või võivad ka mitte olla huvitatud spordist (jalgpall, tennis, purjetamine ...), kuid samuti väga huvitatud keskkonna kaitsest. Need noored inimesed võivad väga lihtsalt olla vabatahtlikud keskkondlikes MTÜ-des või liikumistes nagu Extinction Rebellion¹ või Fridays for Future². Nad võivad lisaks sellele olla huvitatud spordist, kuid nende motivatsioon panustada jätkusuutlikumasse tulevikku on võtmetähtsusega. Miks nad teevad vabatahtliku tööd korraldades spordiüritust? Nad peavad nägema seda, kui võimalust jagada infot ning mõjutada oma kogukonda ja maailma planeerides, edastades ja osaledes spordiüritustel jätkusuutlikumal viisil.

¹ Extinction Rebellion. (2019). *Home - Extinction Rebellion*. [online] Available at: <https://rebellion.earth/> [Accessed 8 Aug. 2019].

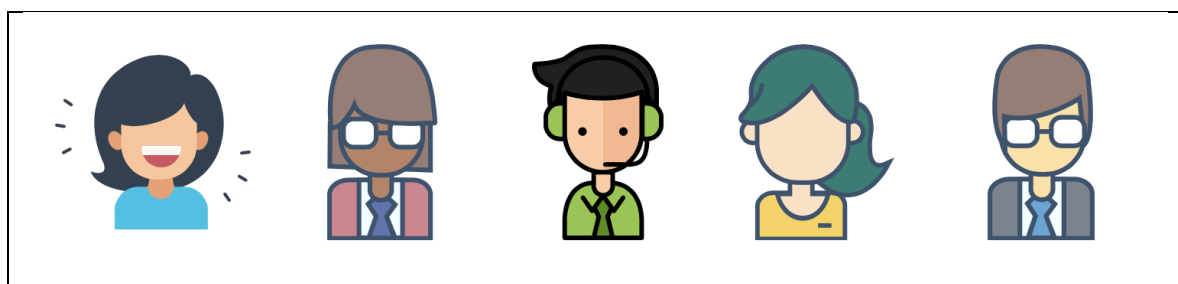
² Fridaysforfuture.org. (2019). *FridaysForFuture*. [online] Available at: <https://www.fridaysforfuture.org/> [Accessed 8 Aug. 2019].



Noorte kliima liikumise Fridays for Future tõusust alates on hea aeg kaasata noori kliima aktiviste keskkonna teadlikuse tõstmise sündmustesse. Rohelise spordiürituse loomine saab olla neile kindlasti motiveerivaks, kui nad näevad reaalselt võimalust tuua kaasa reaalselt mõju. Fridays for Future liikumine, mis on juhitud noorte inimeste poolt, eriti Greta Thunberg³, on suutnud mobiliseerida noori üle maailma küsima valitsustelt, et need teeksid midagi kliimamuutustega võitlemiseks. Ühes oma [Londonis peetud kõnes ütles Greta](#): “kui jalgpallivõistlus saab rohkem meedia tähelepanu, kui kliima kriis siis, kuidas saavad inimesed teada, et on olemas kliima kriis?”⁴.

Jalgpalli üritused (ja ka muud spordiüritused) saavad tõesti rohkem meedia tähelepanu kui keskkonna probleemid ja jalgpalli võistlustel on märgatav keskkondlik jalajälg. Näiteks, keskmisel spordiürituse vaataja keskkondlik jalajälg võib olla kuni 8 korda suurem kui tavalise inimese tavalised päevased tegevused⁵.

Seega, spordiüritused esindavad head võimalust noortele kliimaaktivistidele toetada ja luua jätkusuutlike spordiürituste korraldamise jaoks näidete kogumit. On olemas võimalikke roheliste aktivistide profile, kes saavad olla Rohelise Meeskonna vabatahtlikeks. Siinkohal toome välja mõned, kuigi teisigi võib tulla meelde. See harjutus on oluline, et teada saada, kes on võimalikud keskkonna vabatahtlikud, kes hakkavad looma rohelisi tegevusi. Siin on võimalikud profiilid:



³ TEDx. (2019). *The disarming case to act right now on climate change*. [online] Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=H2QxFM9y0tY> [Accessed 17 Dec. 2019].

⁴ Guardian reporters. (2019). *Greta Thunberg, Anna Taylor and Caroline Lucas on the new climate movement*. [online] Available at: <https://youtu.be/ZyY8yarwI5g> [Accessed 17 Dec. 2019].

⁵ Collins, A. and Flynn, A. (2008) Measuring the Environmental Sustainability of a Major Sporting Event: A Case Study of the FA Cup Final. *Tourism Economics*, 14, 751-768.



<p>Laia streigib iga reede, et öelda poliitikutele, et nad teeksid midagi kliimamuutuste leevendamiseks. Ta on entusiastlik ja on valmis osalema igas tegevuses, mis toob kaasa teadlikkust. Ta on valmis õppima selle kohta, kuidas saame vähendada spordiürituste ökoloogilist jalajälge.</p>	<p>Joana on introvertne, kuid on väga huvitatud sellest, kuidas saame luua jätkusuutlikumat planeeti. Ta õpib inseneriks ja tahab tegevustega kaasa aidata, kuid ei tea täpselt kuidas.</p>	<p>John on arvuti huviline. Talle meeldib jalgpall, kuid pole kunagi mänginud. Ta on paaril korral olnud Greenpeace'i vabatahtlik. Ta veel ei tea, kui suur mõju on spordiüritustel, kuid sellest ajast saadik, kui ta on taimetoitlane ja keskendunud sellele, et vähendada oma ökoloogilist jalajälge, on tal kiusatus olla kaasatud jätkusuutlike spordiürituste loomisse.</p>	<p>Sheila on nädalavahetustel WWF vabatahtlik ja õpib bioloogiat. Ta on kuulnud suurest liikumisest nimega Fridays for Future ja ta soovib olla kaasatud kohalikesse liikumistesse, mis toovad kaasa reaalsel muutust. Ta on teadlik, et spordiüritused saavad meediakajastust. Kuigi see ei meeldi talle näeb ta meediat, kui vahendit, millega maailma mõjutada.</p>	<p>Peter õpib keskkonnateadust. Talle ei meeldi jalgpall, kuid sellepärast, et ta pole näinud selle rohujuure tasandit. Ta arvab, et see on mõeldud vaid eliididele ning arvab, et sport on igav. Läbi selle projekti näeb Peter, et sport mitte ainult ei õpeta häid väärtusi vaid aitab tal õppida ka uusi asju, mis on tema karjäärile kasuks.</p>
---	---	---	--	---

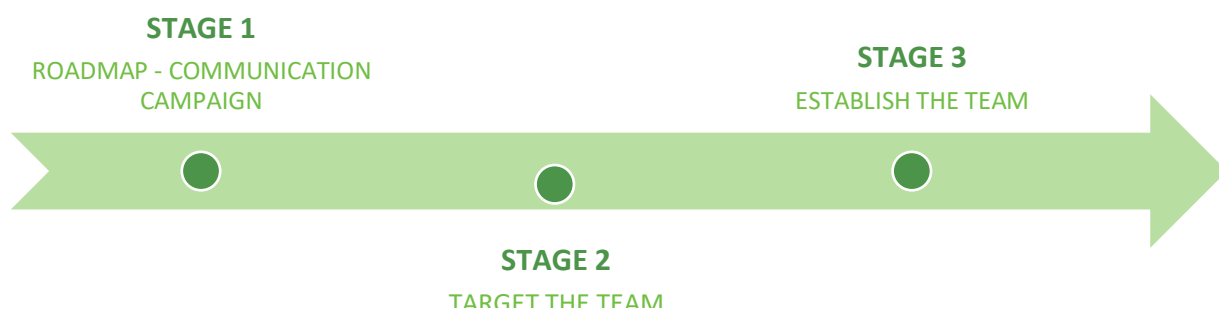
Tabelis olevad on ainult 5 erinevat profiili tüüpi, kes võivad olla huvitatud jalgpalliliitude mentorlusest, et olla roheliste ürituste loomisel konsultantideks. Teisteks võimalikeks vabatahtlikeks on praegused või varasemad spordist osavõtjad, kellel on ka keskkondlikud mured, sest selle projektiga saavad nad võimaluse uuesti olla kaasatud sporti toetades midagi, millesse nad usuvad (keskkond). Või, sarnaselt, keegi, kes on huvitatud ürituste korraldamisest,



tingimata mitte just spordiürituste, ja usub, et see kogemus aitab tal arendada oskusi, mis võivad kaasa tuua tuleviku töövõimalusi.

Kuidas leida keskkonna vabatahtlike?

Pärast seda, kui oled mõelnud, millised vabatahtlikud sooviksid olla kaasatud, on oluline mõelda strateegia peale, kuidas neid kaasata ja milliseid samme spordi organisatsioon saab teha. On olemas 3 etappi või 8 sammu.



Kolm etappi võivad varieeruda vastavalt sellele, mis on organisatsiooni kindlad vajadused ning olemasolevad kontaktid. Igal etapil on erinevad sammud. Järgnev on standard juhend, kuid hiljem leiab lugeja spetsiifilised juhud, mida kasutasid kolm jalgpalli liitu.

ETAPP 1 - KAART VÕI KOMMUNIKATSIOONI KAMPAANIA

Kui sinu organisatsioonil on juba kogemus kommunikatsiooni kampaaniate arendamisega, soovitame esimese sammuna luua kommunikatsiooni kampaania. Kui sa ei ole neid kunagi



teinud, siis siin on mõned sammud, mis oleksid sisaldatud sinu kampaaniasse. Saad neid kasutada:

1. Kirjuta üles projekti baas informatsioon ja registreerimise meetod.

See peaks sisaldama:

- Projekti eesmärk ja pikkus
- Vabatahtlike vajaduse eeldatav aeg
- Isikuandmete/ andmete kaitse vastavalt sinu riigi seadustele
- Vorm, kus noored inimesed saavad ennast registreerida

2. Kirjuta üles kasusaajad, keda kaasata:

rohelistest MTÜ-dest kohalike koolideni/ ülikoolideni või kohalike noorteorganisatsioonideni. Hoia meeles, et mõnedel rohelistel MTÜ-del on juba praegu raskusi vabatahtlike leidmisega ja seega nad ei pruugi olla huvitatud PlayGreeni edendamisest ilma, et see oleks neile kasulik.

3. Loo sotsiaalmeedia kampaania, et köita ja kaasata vabatahtlike:

Peale kasusaajate, otsene kontakt noorte inimestega võib olla oluline, et meelitada vabatahtlikke. Seega, hea kommunikatsioonikampaania on vajalik, et jõuda oma sihtrühmani: noored keskkonna aktivistid.

- Otsi rohelisi suunamudijaid nii kohalikul kui globaalsel tasandil, nt. Greta Thunberg
- Leia #, mida nad kasutavad Instagrammis, et neid leida. Näiteks #greensports, #fridaysforfuture, #climateaction, #climatechange, #thereisnoplanetb, #ourhouseisonfire, #connect2earth, #sportsvolunteering, #BeActive, #sustainablesport, #sustainability, #changetheway, #volunteer, #environment.
- Loo sotsiaalmeedia pilte ja sõnumeid, et neid "sihtida". Näiteks saad aidata kaasa toomaks tähelepanu kliimamuutustele; Tahad rohkem teada saada, klikki siia ja registreeru! (suuna neid oma kodulehele, kus nad saavad rohkem informatsiooni ja registreeruda.)
- Positiivseid tegevus strateegiaid luuakse naistele lähenemiseks, et julgustada neid tulema vabatahtlikuks. Näiteks, reklaami naisorganisatsioonidele, võistkondadele, koolidele, naiste terviseklubidele või MTÜ-dele. Lisaks sellele ka kaasavaid reklaami ja värbamis materjale (nt. pilt allpool).



ETAPP 2 - SIHTRÜHM

4. Sihtgrupiga suhtlemine:

Kirjuta e-kirja näidis, mida saata valitud organisatsioonidele, et selgitada projekti tegevusi peale seda, kui oled neile helistanud. Me väga soovitame alguses helistada. Järgnev on ainult näidis.

Lugupeetud [sisesta saaja nimi],

Nagu me telefonis rääkisime, saadan teile selle kirja, et anda teile teada projektist, mida [sisesta oma organisatsiooni nimi] arendame, et kaasata keskkonnast huvitatud vabatahtlike mõttega luua jätkusuutliku spordiüritust.

Nagu mainitud oleme huvitatud, kas see projekt tundub teie organisatsioonile sobilikuks.

PlayGreeni idee on mentordada noori rohelisi vabatahtlike, et nad korraldaksid rohelisi tegevusi, et vähendada spordiürituste ökoloogilist jalajälge. Nad oleksid rohelised konsultandid ja meie meeskond [sisesta oma org. nimi] pakub mentorlust



selle projekti erinevate etappide raames. Ideega, et nad õpiksid ja jagaksid lahendusi igapäevastele jätkusuutlikuse probleemidele, millega spordi üritustel peab tegelema.

Teie vastust ootama jäädes!

Parimate soovidega,

[sisesta oma nimi]

5. Kohtu kasusaajatega:

Kui vaja, kohtu kasusaajatega (MTÜ-d/koolid/organisatsioonid), et selgitada projekti ja võta endaga kaasa ka projekti reeglid.

6. Alusta kommunikatsioonikampaaniaga,

et suunata inimesi oma registreerimise vormini veebis.

ETAPP 3 - LOO MEESKOND



7. Vii läbi intervjuu:

Kui oled koostanud nimekirja vabatahtlikest, on aeg viia läbi intervjuud ja vaadata, mis on nende motivatsioon. Selleks, et seda, pead teada, mida neilt ootad ning peaksid teadma ka, mida nad sinult ootavad. Võib olla, et organisatsioonina otsustasite, et teil on vaja 20 vabatahtliku (50% naisi ja 50% mehi), kuid me soovime olla lõplikes numbrites paindlikud. Iga organisatsioon defineerib selekteerimise kriteeriumid, mis tagavad, et ei oleks diskrimineerimist.

8. Kinnita lõplik vabatahtlike meeskond:

määra koht, kus saad pidada sissejuhatava kohtumise, et tagada meeskonna omavahelise ja projektiga tutvumise.



II. PILOOTPROJEKTIDE NÄITED

Belgia Jalgpalli Liidu Flaami allüksus

Flaami allüksus veetis enamuse aega luues laiaulatuslikku kommunikatsiooniplaani, mis defineeriks head strateegiat, mis aitaks jõuda sihtrühma organisatsioonide ja vabatahtlikeni.

Järgnevalt on sammud, mida tehti iga etapi all, mis võivad olla kasulikud teistele organisatsioonidele.

Strateegia, mida kasutati vabatahtlike leidmiseks

ETAPP 1: MÖTTEKAART	ETAPP 2: SIHTRÜHMAD	ETAPP 3: MEESKONNA LOOMINE
Laiaulatuslik kommunikatsiooniplaan	<ul style="list-style-type: none">● Otsene sotsiaalmeedia kampaania● Kirjuta liikmetele ja klubidele● Kaudne lähenemine läbi kesktaseme organisatsioonide	Alustus koosolek mille fookus on “mis sulle sellest kasu on”

Voetbal Vlaanderen kasutas teistsugust meetodikat, et jõuda vabatahtlikeni. Nemad lähenesid kaudselt läbi organisatsioonide, millel olid ühendused vabatahtlikuse või kliima aktivismiga. Veel enam, neil oli kommunikatsioonikampaania, mis jooksis nende uudiskirjas, kodulehel ja sotsiaalmeedia kontodel. Nad suunasid selle inimestele, keda nad arvasid olevat kõige tõenäolisemad osalejad. Tänu suunatud kampaaniale vastas neile 30 inimest, mida vaadati, kui väikest tulemust võttes arvesse tööd, mida sinna sisse pandi. Sellega leidsid Flaami meeskond, et paljud vabatahtlikud olid aktiivsed erinevates projektides, mis raskendas nende osalemist PlayGreen projektis. Praegusel hetkel on neil 10 vabatahtliku, kes teevad projekti heaks head tööd. Kuid ei ole lihtne neid regulaarselt aktiveerida. Sest see kõik on muidugi “vabatahtlik”. Nad loodavad, et üritusele lähemale jõudes tõuseb ka nende entusiasm. Vabatahtlike keskmine vanus on 24 eluaastat.



Õppetunnid

- 30.-st registreerunust 6 “reaalse” osalejani avalöögil ja 10 aktiivse liikmeni Rohelises meeskonnas (Green Team): on raske hallata suurt vabatahtlike meeskonda ja on parem, kui on olemas pühendunud tuumik ja lisa vabatahtlike, kes osalevad ja on inspireeritud tuumikmeeskonnast.
- Inimesed, kes olid kohal, jätsid hea mulje: inimesed, kes soovisid olla informeeritud, kuid ei saanud kohal olla olid siiski osa projektist.
- Sooline tasakaal: rohkem naisi kui mehi oli huvitatud (2/9 meest ja 7/9 naist).
- Instagram oli parim viis Rohelise meeskonnaga (Green Team) suhtlemiseks.

Eesti Jalgpalli Liit

Eesti Jalgpalli Liit keskendus enamuse oma ajast suheldes läbi olemasolevate kontaktide ja teiste jalgpalli klubide. Nad töötasid järgmiste asjade kallal:

- Projekti kohalikkus
- Sisemised kohtumised
- Kaasates juba olemasolevaid vabatahtlikke
- Laiihaardelise kommunikatsiooniplaani loomine
- PlayGreen projekti hindamine kohalikust perspektiivist

Järgnevalt on sammud, mida tehti iga etapi all, mis võivad olla kasulikud teistele organisatsioonidele.

Strateegia, mida kasutati vabatahtlike leidmiseks

ETAPP 1: MÖTTEKAART	ETAPP 2: SIHTRÜHMAD	ETAPP 3: MEESKONNA LOOMINE
<ul style="list-style-type: none">● Projekti eesmärkide ja kestvuse määramine● Tuumikmeeskonna paika panemine	<ul style="list-style-type: none">● Peale eelneva valiku tegemist võetakse ühendust EJL olemasolevate vabatahtlikega.	<ul style="list-style-type: none">● Taotluste ülevaatamine● Valiku tegemine● Vabatahtlike profiilide loomine



- Kohalike kasusaajate tuvastamine (Eesti klubid; Ironman Eesti; Rally Estonia)
- strateegia loomine
- vabatahtlike valimise kriteeriumite määramine
- EJL kodulehele ametliku registreemise vormi loomine (+ avaldamine)
- Laiahaardelise kommunikatsiooniplaani loomine

- Tuumikmeeskonna olemasoleva võrgustiku kaudu sihtgruppide otsimine
- EJL kaudu sotsiaalmeedia kampaania avaldamine (koduleht, FB leht, Instagram, TV ja raadio reklaamid ning trükimeedia - JALKA ajakiri)
- Eesti jalgpalliklubide vabatahtlike vanematega suhtlemine
- Isiklike kutsete saatmine võimalikele meeskonnaliikmetele
- sihtrühmade otsimine läbi kasusaajate kanalite

- Avalöögi ürituse korraldamine
- Osalejatega ühenduse võtmine ja kutsete saatmine
- Osalejate ootuste ja motivatsioonide määratlemine
- Avalöögi kohtumise ettevalmistuste tegemine

Õppetunnid

- On oluline kohanduda vabatahtlike ajakavaga
- Ajastuse faktor on määrav!
- Ainult 50% registreerunud vabatahtlikest osales avalöögi üritusel. Nad küll näitasid üles huvi, kuid ei saanud osaleda. Nii, et osad vabatahtlikud, kes ei saanud kohale tulla said siiski osaleda programmis.
- Kõrge pühendumus vabatahtlike poolt PlayGreeni viimasel üritusel.



- Naiste registreerumise protsent oli kõrgem, kui alguses arvati. Mehi oli 25% ja naisi 75%.
- PlayGreen meelitas ligi inimesi erinevatelt elualadelt, mitte ainult keskkonna aktiviste. See võib olla selle pärast, et kliimamuutused on faktor, mis kõnetab enamus elanikke. Inimesed, kes tulid üritusele olid:
 - Keskkonna aktivistid
 - Õpilased
 - Amatöömängijad ja fännid
 - Jalgpalli treenerid
 - Noorte mängijate vanemad
 - Start-upide juhid
 - Eluaegsed vabatahtlikud (vanuses 70+)
- Inimesed olid avatud ja andsid palju ideid ning väärtuslikku sisendit projekti.
- Inimesed tulid kohale Eesti erinevatest paikadest.

Malta Jalgpalli Liit

Esmalt, peame aru saama mõnest vabatahtlikuse ja vabatahtliku töö mõistetest ja peame määrama sihtmärgid nendele vastavalt, et mitte hõlbustada ainult värbamist, mis on ilmselt lihtsam osa strateegiast, vaid selleks, et hoida nende energiat ja hoida neid kaasatuna. Nad peavad tundma ja olema osa strateegiast mitte ainult läbiviimise faasis vaid ka loomise faasis ja nad peaksid võtma vastutust igas meeskonnas. Need on elutähtsad elemendid, mida meeles pidada vabatahtlike meeskonda luues. See oli Malta Jalgpalli Liidu arvamus värbamiskampaania käigus.

Malta Jalgpalli Liit keskendus enamuse ajast kontakteerudes organisatsioonidega, kes juba töötasid noorte inimestega ja luues sünergiaid teiste organisatsioonidega.

Järgnevalt on sammud, mida tehti iga etapi all, mis võivad olla kasulikud teistele organisatsioonidele.

Strateegia, mida kasutati vabatahtlike leidmiseks

Esmalt peame tuvastama baasvajadused:



1. Miks on vaja luua vabatahtlike meeskonda?
2. Miks nad peaksid tahtma teha vabatahtliku tööd?
3. Kes peaksid nad olema? (vanus, taust, kogemused jne.)
4. Mida me ootame neilt? (aeg, pühendumus, oskused jne.)
5. Mida vabatahtlikud vajavad?
6. Mis on nende ootused?
7. Kas oleme võimelised nendele vastama, et toetada projekti pikaajaliselt?
8. Mis on projekti lühiajalised ja pikaajalised vajadused?

ETAPP 1: MÖTTEKAART	ETAPP 2: SIHTRÜHMAD	ETAPP 3: MEESKONNA LOOMINE
<p>- Kontakteeruda paljude keskkonna organisatsioonidega ja hiljem teiste organisatsioonidega, põhiliselt õpilasühendustega (kolledžid ja ülikoolid), kellel oli juba oma organisatsiooni sees osakonnad pühendunud keskkonna probleemidele.</p> <p>- Luua meedia teadlikust läbi trüki- ja muude meediakanalite kaudu.</p> <p>- Sotsiaalmeedias olemasolek</p> <p>- Üks ühele kohtumised</p>	<p>- Suhestu õpilaste ja noorteorganisatsioonidega üritusel, mis olid planeeritud ning sisestati PlayGreeni konseptid ja värbamine situatsioonides, kus oli olemas publik ning mis sisaldas tegevust.</p> <p>- Korraldati pressikonverents koos "rohelise" lõunaga. Seda kasutati projekti ja värbamise edendamiseks riiklikul tasandil. Sellel ei olnud peaaegu üldse kulusid.</p> <p>- Ürituse edendamine: Premium Liiga (uuringud fännide keskkonnasäästlike harjumuste kohta) ja lipud, mida mängijad kandsid ja mõned kuluefektiivsed vahendid, mis olid keskkonnasõbralikud.</p> <p>- Kohtumine kohaliku omavalitsusega, et kaasata neid projekti ja saada logistilist abi.</p>	<p>- Kaasa ja värba ürituste ajal, mis sageli sisaldab koristust ja jalgpalli mängimise võimalust alal, mis just rehabiliseeriti.</p> <p>- Kasuta õpilasorganisatsioonide ja ühenduste andmebaase, et kaasta inimesi.</p> <p>- Ühendu meeskonnaga mitte koosolekute vaid roheliste sotsiaalsete sündmuste kaudu</p> <p>- Instagram</p> <p>- Facebook</p> <p>- Kaasame kohaliku keskkonna aktivisti meeskonda juhtima (mitte noore inimene)</p>



suunamudijate ja teiste erinevates organisatsioonides tegutsevate inimestega

Õppetunnid

- Vabatahtlikele peab midagi vastu andma. See ei tähenda alati midagi materiaalselt. See peab andma neile omaniku ja kuulumise tunde.
- Meie kogemusel ei olnud keskkonna grupid väga vastuvõtavad ja olid väga vähe kaasatud.
- Et sellele vastu töötada, võttis jalgpalli liit sihtrühmaks inimesed, kes on erinevate organisatsioonide juhid. Nad ei pidanud olema otseselt keskkonna vabatahtlikud vaid inimesed, kes on asjast huvitatud.
- Kasuta ära üritusi, mis on keskkonnaga seotud (nt. koristus talgud) ja värba inimesi sealt.
- Kasutades ära spordiüritusi kasutades lippe ja avalikke teadaandeid.
- Kaasa kohalikke raadio kanalit, et nad võtaksid osa teie eesmärgist. Raadio saadetel on vaja leida sisu ja PlayGreen on midagi, mis saab mõjutada kõiki: me kõik külastame ühel hetkel spordiüritusi (või muud tüüpi üritusi).
- Meie grupi puhul koosolekud ja näost-näkku kohtumised ei töötnud väga hästi.
- Me valisime hoopis sotsiaalsed ja spordiüritused, mis baseerusid keskkondlikel muredel ja kasutasime neid kaasamiseks.



- Vabatahtlikud, kellega töötame, peavad olema aktiivsed, eriti õiges sihtrühma vanuses.
- Meie jaoks oli raske säilitada esmast gruppi.
- Me ei ole sotsiaalmeedias efektiivsed: otsesed suhtlused töötavad paremini.
- Olemasolevate ürituste ärakasutamine töötab paremini.

Leedu Jalgpalli Liit

Esmalt keskendus Leedu Jalgpalli Liit projektiplaanide kommunikeerimisele, projekti päritolule ja üldistele sihtrühmadele. See oli esimene samm, et tutvustada projekti ühiskonnale. Seejärel mindi edasi järgnevate tegevustega:

- Projekti kirjeldus
- Sisemiste koosolekute pidamine
- Olemasolevate vabatahtlike intervjuerimine
- Kommunikatsiooniplaani loomine
- Registreerimis platvormi loomine

Järgnevalt on sammud, mida tehti iga etapi all, mis võivad olla kasulikud teistele organisatsioonidele.

Strateegia, mida kasutati vabatahtlike leidmiseks

ETAPP 1: MÖTTEKAART	ETAPP 2: SIHTRÜHMAD	ETAPP 3: MEESKONNA LOOMINE
<ul style="list-style-type: none">• Projekti eesmärkide, kestvuse ja tegevuste kirjeldamine• Kohalike kasusaajate määratlemine	<ul style="list-style-type: none">• Kasusaajate ja vabatahtlike programmidega ning roheliste tegevustega organisatsioonidega suhtlemine• Klubide, akadeemiate ja kohalike kogukondadega suhtlemine	<ul style="list-style-type: none">• Taotluste ülevaatamine• Motivatsiooni kirjelduste kogumine• Meeskonnaliikmete valimine• Avalöögi ürituse paika panemine



ning nendega
kontakteerumine

- Kommunikatsiooni strateegia loomine
- Vabatahtlike kriteeriumite määratlemine
- Registreerimise lehe loomine

- Sotsiaalmeediakampania alustamine
- (<https://lff.lt/dalyvauk/aplink/osauga/>)
- Isiklike kutsete saatmine potentsiaalsetele meeskonnaliikmetele
- Sihtrühmani jõudmine läbi kasusaajate kanalite

- Meeskonnaliikmete, projektiplaanide ja tähtaegade tutvustamine

Õppetunnid

- Vabatahtlikud peaksid olema motiveeritud ja tundma ennast oluliste meeskonna liikmetena
- Neid saab kaasata jagades vastutused nende vahel
- Üks trikk, mis toimis hästi oli grupi pildistamine, mis oli “win-win” olukord nii Liidule kui ka vabatahtlikele. Neile meeldis, et said pildistada ja nad jagasid pilte oma sotsiaalmeedias ning liit sai kasutada pilte meedias, et projekti tutvustada.
- Enamus vabatahtlikest olid jalgpalli taustaga ning nad olid huvitatud spordiüritusest ning projektidest
- Meil oli raskusi säilitada esmast gruppi
- Meilt paluti anda täielik nimekiri tegevuste ja kuupäevadega, vabatahtlikel on vaja ka oma aega planeerida
- Vabatahtlike hulgas oli naisi suurem protsent, kui mehi (70% naisi ja 30% mehi)