

NBUs veileder til verving

Vervesituasjonen

Hvordan du opptrer i vervesituasjonen kan påvirke hvor mange du klarer å verve. Vi har derfor skrevet ned en del tips og triks som du kan ta med deg i vervesituasjonen.

I prinsippet ønsker vi at alle skal bli medlemmer i Norges Bygdeungdomslag. I vervestiutasjonen kan man likevel ha ekstra fokus på å verve personer som det er behov for i organisasjonen, lokalt eller sentralt. Det er derfor viktig å tenke på hva slags personer lokallaget trenger, hva slags type kompetanse, ferdigheter og engasjement dere ønsker mer av, og hvilke verv det er aktuelt å fylle på sikt.

Det er lettere å verve om man vet *hvem* man ønsker å verve, så tenk derfor over følgende:

- Hvem er det egentlig du snakker med?
- Hvem prøver du egentlig å verve?

La derfor det nye potensielle medlemmet få vite hva NBU er - vis fram mangfoldet vi har. Like viktig er det også å høre hva den du verver har å si, så lytt etter informasjon som sier noe om hvordan de kan passe inn i vår organisasjon. Legg stor vekt på hvem de er og hva de liker, og fortell dem deretter hvorfor NBU er organisasjonen for dem.

Tips til vervesituasjonen:

- Vær åpen, synlig og tydelig.
- Lytt mer enn du snakker selv.
- Følg opp og ta ansvar for den du har vervet.

Planlegg gjerne åpningssetningen med ting som beskriver Bygdeungdomslaget. Tenk gjennom "hva er NBU for deg?". Her er noen tips:

NBU for meg er:

- gode vennskap og nye utfordringer
- gjennomføring av morsomme arrangementer
- gjennomføringsevne og engasjement
- å bry seg om distriktsutvikling og ungdom på bygda
- en stor vennegjeng
- et sted hvor det er plass til alle
- kultur, aktivitet og bygdepolitikk
- samhold
- en organisasjon hvor alt er mulig
- en arena for personlig utvikling både faglig og sosialt

Hva kan man si i vervesituasjonen:

- Jeg er selv medlem i NBU fordi ...
- Jeg vet at du også interesserer deg i dette/er flink til dette/har gjort dette før/ ... Jeg tror derfor du kunne gjort en stor forskjell blant bygdeungdommen ved å bli medlem i NBU..
- Vi kunne trenge en med ditt engasjement/din kunnskap/kompetanse fordi ...
- Kunne du tenke deg å være med på neste arrangement med .. lokallag/fylkeslag/på Landsstevnet/Høstarrangementet/andre lokale aktiviteter?

I tillegg er det viktig å selge inn sitt eget lokallag og aktivitet på en måte som gjør at man på sikt har et lokallag som fungerer optimalt. Om lokallaget ikke har en ny kandidat for verv som kasserer,

tevlingsansvarlig, kulturansvarlig, nestleder eller til og med leder til neste årsmøte bør det ligge i bakhodet når man er i en vervesituasjon. Selg inn mulighetene og kunnskapen man får ved å ha et verv i NBU, men ikke ta over jobben til valgkomiteen. Legg vekt på de positive sidene - tenk som en selger og verv som en venn!

Verktøy

Media

Aktiv bruk av medieinnsalg skal bidra til økt synlighet for organisasjonen overfor nye potensielle medlemmer.

Det finnes mange potensielle medlemmer der ute som aldri har hørt om oss. En måte å nå ut til disse på er å være aktive i media, særlig lokalt med oppslag om aktiviteter og meninger.

Tips til hvordan man kan benytte seg av media:

- Opprette god kontakt med lokalavisen, radioen eller liknende man kan benytte seg av i forbindelse med kommende arrangementer.
- Det er ofte lett å komme på trykk i lokalavisa. Ungdommelig engasjement er alltid fint og ettertraktet, og gode bilder er en fordel.
- Det går an å skrive pressemeldinger selv, som kan komme på trykk om de er godt skrevet (ta kontakt med politikk@nbu.no eller BP-nemnda for tips og triks rundt dette). Hvis det er travelt hos avisa kan dette være et godt alternativ.
- Benytt dere av en eventuell regionkontakt. Se mer informasjon om dette under punktet om regionkontakt i veilederen.

Annonser, reklame og PR

Aktiv bruk av annonsering, reklame og PR skal bidra til økt synlighet for organisasjonen overfor nye potensielle medlemmer.

Eksempler på hvordan man kan benytte seg av annonser, reklame og PR:

- Prøv ut annonsering i andre organisasjoner sine publikasjoner, medlemsblader, etc.
- Ta med informasjon om hvordan man melder seg inn på informasjonsmateriell, plakater og delebilder.
- Ikke undervurder oppslagstavla på butikken. Om man ikke når nye potensielle medlemmer, så vil andre se hva som skjer i lokallaget.

Sosiale medier

Sosiale medier skal bidra til å vise fram organisasjonen for nye potensielle medlemmer.

- Er noen lokalt flinke til å redigere bilder og kan lage kule delebilder med mål om å få flere medlemmer?
- Spre «header»-annonser som BUere kan ha på sin Facebook-profil.
- Lag små videosnutter som forteller hvorfor folk burde bli medlem i deres lokallag.
- Oppdater Facebook-arrangement flere ganger etter at det er opprettet, for å minne folk om arrangementet og for å holde oppe interessen.
- Har lokal- og fylkeslaget vurdert å benytte seg av sms-tjenester eller andre medier enn de som allerede benyttes mest?
- Ta gjerne med med linken www.nbu.no/bli-medlem i e-post-signaturer der man sender mail på vegne av NBU, eller trykk den på materiell dere produserer.

Promoteringsmateriell og logoprodukter

Aktiv bruk av materiell og logoprodukter skal bidra til å vise fram merkevaren til NBU, og øke gjenkjennelsesgraden blant potensielle nye medlemmer.

Engasjerende og informativt promomateriell og logoprodukter slik at folk legger merke til materialet og får informasjonen de trenger for å bli medlem. Materiell og logoprodukter er en stor del av den merkevaren NBU er og har.

Promoteringsmateriell og logo kan tilpasses hvert enkelt lokal- og fylkeslag og bidrar til at alle medlemmer kan identifisere seg med sitt lag, og føle en ekstra tilhørighet til organisasjonen som en helhet. Alle kan få tilsendt filer med riktig lagsnavn, samt maler til ulike produkter fra kontoret. Dette gjelder for eksempel klær, penner, roll-ups og lignende.

NBU har en profileringshåndbok med føringer for logobruk og annen grafisk profilering. Håndboka ligger på nettsidene og fås tilsendt ved henvendelse til kontoret.

Hvordan benytte seg av materiell og logoprodukter:

- Lokal- og fylkeslag kan selge t-skjorter og andre logoprodukter på stands og andre steder man møter medlemmer.
- NBUs logo og informasjon om hvordan bli medlem må være tydelig i alt materiell som blir laget og distribuert. Bruk t-skjorte, pins, ta med banner eller andre produkter med logo på på alle arrangement, så utenforstående kan se at det er NBU som er på tur.
- Benytt dere av deres lokallagsgensere eller fylkeslagsgensere når dere er ute og fronter NBU som organisasjon, særlig under aktiviteter arrangert av NBU.

Oversikt over materiell som finnes på NBU-kontoret, og som kan sendes til ditt lokal- eller fylkeslag:

- Vervepostkort
- Vervebrosjyrer
- Visittkort
- A3-plakater til å skrive på
- Medlemsblad
- Drikkeflasker med logo
- Klistremerker med logo
- Drops med logo på innpakningen
- Kulepenner
- Pins med sprellemann, til salgs
- T-skjorter med logo, til salgs
- Powerbank med logo, 12 000 mAh, til salgs

Send en mail til info@nbu.no om du ønsker informasjon eller å få tilsendt ulikt materiell og logoprodukter fra NBU-kontoret. Dere står også fritt til å bestille inn deres egne produkter i deres lokal- eller fylkeslag med navn og NBU-logoen (grønn sprellemann).

NB! Kun den offisielle NBU-logoen (grønn sprellemann) skal benyttes som logo for lokal- og fylkeslag. Dette er viktig for å kunne skape en helhet i organisasjonens markedsføring, og for å vise at vi er én organisasjon.

Medlemsfordeler

Medlemsfordelene skal bidra til at medlemskap i NBU varer i flere år.

I tillegg til å få være med i Norges største vennegjeng, har NBU-medlemmer gode tilbud og medlemskapsavtale med flere aktører. Medlemsfordelene som NBU tilbyr inngår også som en del av organisasjonens medlemspleie.

Aktører og fordeler:

- Agrol, fordeler for medlemmer under 30 år
- Agricard, fordel for medlemmer under 30 år
- Norges Bondelag, tilbudsmedlemskap for medlemmer under 26 år

Aktiviteter

Stands

Stands brukes for å komme i direkte kontakt med potensielle medlemmer, både for å kunne verve der og da og for å spre kjennskap til organisasjonen.

Å stå på stand er en av de enkleste måtene å drive organisasjonaktivisme på - der formålet er å fremme en sak og verve medlemmer. Formålet med å stå på stand er todelt: 1) Gjøre flere oppmerksomme på NBUs eksistens og hva vi jobber med og; 2) verve/rekruttere flere medlemmer og deltakere på arrangementene våre.

Når og hvor?

Ha gjerne stand i forbindelse med lokale aktiviteter, f.eks på egne arrangementer (Høstarrangementet, Landsstevnet, andre arrangementer og aktiviteter lokal- og fylkeslaget holder), idrettsarrangementer, markeder, konserter, temadager etc.

Finn et sted dere er synlige, som kjøpesenter, nærbutikk eller samlingsplass. Det er viktig å søke om tillatelse. For å kun dele ut løpesedler trenger man sjeldent tillatelse, men har man med seg bord kreves tillatelse.

Innhold og utforming av en stand:

Sett opp ett eller flere bord. Ha med banner/roll-ups eller plakater. Ha gjerne plakater med et budskap som appellerer til folk. Har NBU en kampanje eller en lokal aktivitet om dagen så er det lurt å fronte denne.

På standen må man helst:

1. Ha med informasjonsmateriell, som løpesedler, hefter og "gi-bort-ting" til å legge på bordene og dele ut.
2. Ha gjerne med materiell utover rent vervemateriell. Materiell som viser hva NBU jobber med eller har jobbet med tidligere. Legg ut aktuelle brosjyrer, plakater til Landsstevnet eller til arrangementer dere har gjennomført tidligere eller skal gjennomføre. Har dere laget informasjonsmateriell - bruk dette! Standen skal se spennende ut og appellere bredt.
3. Ha på NBU t-skjorte/jakker/gensere.
4. Stå flere sammen.
5. Stå foran bordet og vær inviterende. Ikke stå bak bordet, men foran, der folk passerer. Vær aktiv ved å tilby forbipasserende en løpeseddel, etc. Ikke forfølge folk med løpesedler, men

et hett tips for å få folk til å ta løpesedler i mot er å dele ut godteri sammen med løpeseddelen.

6. Ha gjerne med en godbit. Som frukt, kjeks, kaffe, kake, vafler, godteri, boller. Kaker kan for eksempel pyntes med logo eller NBU-farger. Husk òg eget serveringsutstyr. Husk servietter.
7. Ta bilde av standen og del engasjementet med andre på sosiale medier. La folk få vite om det fantastiske arbeidet vi gjør. Bilder av folk er alltid mer populært enn bilder av ting.

Vervesituasjonen på stand:

Hvis lokallaget driver mye med tevling og kultur om dagen, men lite med politikk, er det en ide å snakke om den politiske aktiviteten til NBU. Slik kan man verve folk til lokallaget som er motivert til å jobbe med politikk og dra i gang den politiske aktiviteten lokalt. Nevn for eksempel hva NBU mener om distriktsnæringer, bosetting osv. Ha plakater med politiske slagord dere kan lage ut fra politikk vi har vedtatt på årsmøter, eller front en sak som er viktig for ditt lokallag.

Det samme gjelder motsatt. Dersom lokallaget jobber mye med politikk, men lite med for eksempel tevling, kan man fronte mulighetene man har til å lage mange kule tevlinger og tevla selv ved å bli medlem.

Poenget er: Hva vi fronter på stand, hva som står på plakater og hva vi sier til de som besøker standen påvirker hva slags folk dere verver. Det er lurt å se an personene og legge opp hva du sier ut fra hva dere tror personen ønsker å få ut av et medlemskap. Det er for eksempel lurt å stille spørsmål:

- Har du hørt om Norges Bygdeungdomslag før?
- Hva driver du med? Hva studerer/jobber du med du?
- Har du tenkt på å bli medlem i NBU tidligere?
- Kunne du tenke deg å arrangere konserter?
- Har du lyst til å jobbe med at vi skal ha landbruk i hele landet?
- Liker du bygdepolitikk?
- Liker du å konkurrere?

Ved å stille spørsmål føler det potensielle medlemmet at vi ser hun/han og er genuint interessert. Dessuten får vi muligheten til å finne ut hvordan vi skal "selge inn" NBU som et naturlig sted å melde seg inn. Det er derfor viktig at man lytter til den man verver og spiller på de interessene som vedkommende har.

- Er vedkommende veldig kreativ, spill på de tevlingsene og arrangementene vi kan tilby.
- Er vedkommende flink til å danse, fortell han/hun om alt vi kan tilby rundt swing.
- Er vedkommende samfunnsengasjert, så fortell om det politiske engasjementet til NBU.

Regionskontakter

Synlighet for medlemmer er et viktig punkt når det kommer til verving, og for å bli mer synlige kan det være lurt å opprette regionale kontaktpersoner. Regionskontakten kan dermed bistå i å komme i kontakt med ungdom på bygda, og bør også være direkte knyttet opp mot de ulike lokallag som befinner seg i regionen. En regionskontakt kan gjerne være en sentral person i kommunen, avisen, en lærer osv.

- Ta derfor kontakt med noen dere kjenner, eller som dere tenker kan fungere som en god regionskontakt for deres lokal- eller fylkeslag.
- Regionskontakten kan dere selv ordne en avtale med når det kommer til hvordan kontakt dere ønsker å ha. Skal regionskontakten tipse dere om arrangementer som holdes i regionen? Politiske relevante saker for dere som lag i NBU? Relevante møteplasser hvor laget deres kan møte bygdeungdommen osv.

Verveturer

Verveturer skal spre kjennskap til organisasjonen til nye potensielle medlemmer.

Verveturer blir benyttet av mange organisasjoner for å verve medlemmer. Det betyr at man reiser rundt, for eksempel til skoler eller på en bygdedag, for å verve medlemmer og vise fram NBU. Et lite team kan reise til et lokalt julemarked eller en skole og stå på stand.

Skal dere til en skole kan dere for eksempel spørre skolen om dere kan få en halv skoletime å lære elever om relevante ting NBU er gode på. Er det en skole med naturbruk kan NBU lære bort landbrukspolitikk, er det en skole med elever innen kulturledelse kan man snakke om hvordan NBU arrangerer større arrangementer.

Ringerunde

Ringerunder skal bidra til at flere betaler kontingent flere år på rad, og til å oppdatere kontaktinformasjon.

Ringerunder er allerede en effektiv verveaktivitet og har vist seg å fungere godt blant både fylkes- og lokallag. Vervesituasjonen i en ringerunde ligner på vervesituasjonen når man står på stand. Tenk igjennom hva du skal si når du ringer. Det kan være lurt å lage en grovkisse til et manus. Det gjør det mindre skummelt og man kan opptre profesjonelt. Hvis det er medlemmer som ikke har betalt kan det være en fin start å spørre om de har mottatt faktura, glemt å betale eller om det er andre grunner til at de ikke lenger vil være medlem. Tenk som en selger, verv som en venn. Ringerunder er også en fin måte å oppdatere e-postadresser, postadresser og til å melde ut de som ikke ønsker å motta mer informasjon fra NBU.

Vervekonkurranser

Årlige vervekonkurranser skal verve nye medlemmer til organisasjonen, og motivere medlemmene til å verve flere.

Det holdes årlige vervekonkurranser i NBU. Det er lurt å holde seg oppdatert på den informasjonen som kommer sentralt fra organisasjonen når det gjelder konkurransene, da det her kan vinnes gode premier. I tillegg til de store vervekonkurransene er det også mulig for det enkelte fylkes- og lokallag å holde interne vervekonkurranser gjennom hele eller deler av året. Legg derfor en god plan til hvordan dette skal gjennomføres og informer medlemmene i fylkes- og/eller lokallaget hvordan man kan verve flest medlemmer. Man kan ha premier som går til den eller de som verver flest medlemmer eller premier der dere trekker en vinner blant personer som har meldt seg inn i løpet av vervekonkurransen. Det førstnevnte vil gi insentiver til at folk verver flere og det sistnevnte gjør det ekstra attraktivt å melde seg inn akkurat da. Premier kan for eksempel være:

- Gratis inngang på lokale arrangementer.
- Billetter til Høstarrangementet eller Landsstevnet.

- Kanskje dere kan spørre sponsorer eller lokale samarbeidspartnere om gaver til vervekonkurransen?
- Ta også kontakt med lagsutviklingsnemnda eller organisasjon@nbu.no om vervekonkurranser generelt

Aksjonsuka

Aksjonsuka skal bidra til å verve nye medlemmer til organisasjonen.

Aksjonsuka skaper ikke bare aktivitet og fremmer en sak vi vil sette fokus på - det er dessuten en flott vervearena. Hver gang som lokallag eller fylkeslag gjennomfører en aktivitet hvor det kommer folk fra utenfor NBU må dere ha en plan for verving. Kanskje dere kan ha en eller to verveansvarlige under arrangementet? Har dere et arrangement der noen ønsker velkommen er det viktig at disse personene legger vekt på at dette er et arrangement i regi av NBU. Dette er et eksempel på hva man kan si for å verve under et arrangement.

“Velkommen til dette arrangementet i forbindelse med aksjonsuka i Norges Bygdeungdomslag. Aksjonsuka er NBUs årlige kampanje der vi sett fokus på noe som er spesielt viktig for ungdom i distriktene. Synes du at det virker gøy å gjennomføre og arrangere slike ting? Ta gjerne kontakt med en av oss som har på NBU t-skjorte. Vi kan fortelle deg meg om hva NBU driver med og hvordan du kan bli medlem!”

Dere bør òg vurdere om dette er et arrangement hvor det passer seg at noen fra lokal- og fylkeslaget står på stand for å verve.

Vårsprell

Vårsprell skal bidra til at fjorårets medlemmer betaler sin kontingent tidlig på året.

Like etter at fakturaen for årets medlemskontingent sendes ut om våren, arrangeres konseptet Vårsprell, en uke der lokallagene blir oppfordret til å lage aktivitet for å få medlemmene til å betale kontingenten for det nye året.

For Vårsprell er fokuset verving generelt. Dette betyr dermed både reverving av gamle (fjorårets) medlemmer og verving av nye medlemmer. Gjennom Vårsprell legges det opp til at det skal holdes en mengde aktiviteter for å vise mangfoldet som NBU har å tilby. Vårsprell skal vise nye, potensielle medlemmer hvorfor Bygdeungdomslaget er vært å være medlem av. Vi skal vise nåværende medlemmer at vi ønsker å ha dem med på alt som skjer, og minne dem på hvorfor de meldte seg inn. Sentralledet skal vise fram bredden av aktivitet som skjer i organisasjonen under Vårsprell.

Høstarrangementet

Høstarrangementet skal være et kultur- og tevlingsarrangement og en nasjonal møteplass for NBUs medlemmer.

Høstarrangementet er en smakebit på alt Norges Bygdeungdomslag har å tilby sine medlemmer, og i likhet med Landsstevnet en god vervearena. Ikke-medlemmer får et inntrykk på hva aktiviteten i NBU er.

Slik Høstarrangementet har vært organisert de siste årene, er det i hovedsak to ganger i løpet av helga som har stort vervepotensiale: Under åpen fest fredag kveld og på dagtid lørdag mens tevlinger og andre aktiviteter avholdes.

Arrangører bør tenke på:

- Skal festen på fredag være åpen for alle, eller skal det være krav om medlemskap?
- Skal NBU ha stand på dagtid på lørdag?
 - Hvor bør standen plasseres og når under arrangementet er det mest gunstig å stå på stand?
- Skal man ha interne vervekonkurranser under Høstarrangementet? For eksempel: Hvem i hovedkomiteen klarer å verve flest i løpet av arrangementet.
- Hvordan man kan bruke billetter til Høstarrangementet som vervepremier?
- Er det andre måter vi kan verve medlemmer?
- Er det en idé å ha "verveambassadører" på arrangementet. For eksempel to eller tre stykker som har ansvaret for å ta kontakt med nye medlemmer og ikke-medlemmer under arrangementet og inkluderer dem i det som skjer.

Landsstevnet

Landsstevnet skal være en særpreget festival, og en nasjonal møteplass preget av aktiviteter relevant for NBU, for alle Norges Bygdeungdomslags medlemmer.

Landsstevnet er en god arena for verving. På Landsstevnet kan man få en smakebit på kultur, aktivitet og bygdepolitikk. Billetter er dessuten flott vervepremie - både for dem som har vervet mange og at man kan trekke tilfeldige medlemmer/vinnere som har meldt seg inn en gitt periode. I løpet av stevnet er det som regel en åpen dag. Her bør NBU være representert med stand så vi kan verve ungdommer som er på besøk eller bare innom Landsstevnet, men uten å være medlem.

Arrangør bør tenke på:

- Skal NBU ha en egen stand under arrangementet?
- Skal NBU ha en stand i forkant av arrangementet med den hensikt i å dra med seg nye medlemmer og ikke-medlemmer?
- Hvor bør standen plasseres og når bør den være åpen, både på arrangement og i forkant av arrangement?
- Skal man ha interne vervekonkurranser under Landsstevnet? For eksempel: Hvilket fylke klarer å ta med seg flest nye medlemmer dit?
- Er det en idé å ha "verveambassadører" under arrangementet, på lik linje som de andre nemndene i hovedkomiteen? For eksempel: fire eller fem stk som har ansvaret for stand i forkant av arrangementet og etter, og gjennom dette kan ta ansvaret for å ta kontakt med nye medlemmer og ikke-medlemmer i forbindelse med Landsstevnet.

Andre aktiviteter på fylkes- og lokalnivå

Aktiviteter på lokal- og fylkesnivå skal bidra til økt engasjement blant bygdeungdom, både blant de som allerede er medlemmer, og potensielle medlemmer.

Attraktive aktiviteter arrangert av lokallag og fylkeslag er kanskje den viktigste rekrutteringskanalen vi har i NBU. Kombinasjonen av det sosiale fellesskapet og selve aktiviteten skal gjøre NBU til en organisasjon det er attraktivt å være med i.

Arrangør må gjøre en vurdering av om arrangementene skal være åpne for alle, eller bare for medlemmer. Åpne arrangementer kan vise fram hva BU er og hva vi gjør, men ekstrakostnaden med medlemskapet kan da bli sett på som unødvendig siden man allerede får være med på aktiviteten. Hvis det kreves medlemskap for å delta, kan den ekstra kostnaden føre til at noen mener det blir for dyrt, eller at de av andre grunner ikke ønsker å være medlem i organisasjonen. Det er viktig å formidle at medlemskapet gir flere fordeler, og at man ikke blir medlem kun for ett arrangement.

På arrangement som er åpne for alle er det viktig å vise fram organisasjonen. Ha fokus på at arrangementet er i regi av Norges Bygdeungdomslag og nevne gjerne hvordan man kan bli medlem. Ta for eksempel med vervekort eller henvis til www.nbu.no/bli-medlem. Tenk også på om dere bør henge opp plakater e.l. som forteller hvordan man kan bli medlem. Dere som er arrangører kan ha på NBU-skjorter og gensere slik at folk kan henvende seg til dere om de ønsker å bli medlem.

Medlemspleie

Medlemspleie skal bidra til å ta vare på de som allerede er medlemmer gjennom et høyt aktivitetsnivå og engasjement.

Aktivitet og engasjement fører til fornøyde medlemmer, og fornøyde medlemmer er de beste ambassadørene for organisasjonen både når det kommer til verving og organisasjonens utvikling generelt. Det er derfor viktig med medlemspleie i alle fylkes- og lokallag. Det bør holdes jevnlig aktiviteter som alle kan være med på, både gamle medlemmer, nye medlemmer og ikke-medlemmer.

Når det skal avholdes aktiviteter må de ha lav nok terskel til alle skal kunne delta, det er derfor viktig at det ikke kun er store arrangementer. Arranger gjerne mindre aktiviteter som er fordelt utover regionen, slik at alle i hver krik og krok får muligheten til å delta. NBU skal være en viktig arena for aktivitet der vi har lokallag. På den måten blir det attraktivt å være medlem hos oss.

I samarbeid med Landkreditt Bank får alle lokal- og fylkeslag i NBU muligheten til å søke støtte til aktivitet gjennom *Aktivitetsfondet*. Antall søkere hvert år øker og fondet stimulerer til økt aktivitetsnivå i organisasjonen.

Eksemplene på aktiviteter som arrangeres rundt om i NBUs lokal- og fylkeslag er mange, så la dere inspireres av hverandre. Under finner dere noen eksempler på hva som er blitt arrangert av våre lag tidligere:

- Ukentlige/månedlige swingkurs
- Kurs i ulike tevlinger
- Friluftsturer
- Gokart-turer
- Leirdueskyting
- Ukentlige/månedlige quiz-arrangementer
- Samarbeidsarrangementer mellom fylker: Hedmark- og Opplandsmesterskapet,
- Akedager
- Juleverksteder
- Felles reise på konserter
- Felles reise på andre lokallags- eller fylkeslagsarrangementer

Reverving

Reverving skal bidra til at utskiftningen i medlemsmassen er under 25 % årlig

Hvert år er det mange som melder seg ut av NBU eller som ikke betaler medlemskontingenten til tross for at de har vært medlem året før. Det finnes mange årsaker. Alder, manglende relevans, feil postadresse eller epostadresse er noen av dem. Det er viktig at medlemmene gjennom året blir minnet på at de faktisk er medlemmer, og hvorfor det er viktig og artig å være medlem hos oss. Det må holdes aktiviteter som engasjerer og gjør at folk vil fortsette å være medlem. Hvis NBU står for den kuleste aktiviteten i bygda er det ingen tvil om at rastløse bygdeungdommer vil være medlem. Det forutsetter at aktivitet skjer med jevne mellomrom, er gøy, variert og at lokale tillitsvalgte opptrer på en inkluderende og åpen måte.

Reverving er spesielt i fokus under Vårsprell, som gjennomføres kort tid etter at faktura for medlemskontingent er sendt ut. Vi har dessuten vervekampanjer gjennom sosiale medier, i Bygdeungdommen og ringedugnader for å få folk til å betale medlemskontingenten på nytt.