**Unique Selling Points van Scouting**

Bij het samenstellen van de Spelvisie 2010 is onder andere gekeken naar wat Scouting nu precies onderscheidt van andere jeugd- en jongerenorganisaties. Vanuit spelinhoudelijk perspectief kunnen zo een aantal unique selling points voor Scouting worden onderscheiden. Deze zijn niet nieuw, maar vormen al letterlijk 100 jaar de kern en het succes van Scouting. De unique selling points bieden handvatten voor de positionering en profilering van Scouting. Het zijn geen kernpunten vanuit marketingperspectief maar bieden een inhoudelijker visie op het Scoutingspel vanuit de kern en niet vanuit de activiteiten.

**1. De peer-group of “gangs of boys”**

Wie naar een grote groep kinderen kijkt die op een schoolplein speelt, valt op dat deze kinderen spelen in kleine groepjes. Kinderen zijn van nature geneigd peer groups te vormen. De Scoutingmethode leunt zwaar op dit principe. De basis van nesten (welpen), rondes (kabouters), bakken (waterscouts) en patrouilles (scouts) is op de peer group gebaseerd. Toen Scouting in 1907 werd opgericht en een van de weinige aanbieders van jeugdactiviteiten was, werkte het peer-principe zo goed dat groepjes jongens zich spontaan aanmelden bij de Scoutingbeweging.

*Het boekje “werken met ploegen” is hiervoor een uitstekende handleiding.*

**2. Progressiesysteem en learning by doing**

Aan de buitenkant lijken het losse speltakken, maar van oorsprong zit er een duidelijke ontwikkelingslijn van Bever tot Jongerentakker. Deze is gebaseerd op de ontwikkelingen die kinderen doormaken. Binnen Scouting koppelen we hier toenemende verantwoordelijkheid voor kinderen aan, het zogenaamde progressiesysteem. Kinderen zijn verantwoordelijk voor hun eigen gedrag, maar ook voor (delen van) het programma. Daarom zijn er bijvoorbeeld patrouilleleiders en assistent-patrouilleleiders. Daarom neemt het leiderschap richting Stam steeds meer af. Eigen verantwoordelijkheid zet aan tot initiatief en leiderschap.

Verantwoordelijkheid, maar ook andere vaardigheden ontwikkel je het beste door learning by doing, door ervaring en plezier leren kinderen en jongeren het snelst. Binnen de Scoutingmethode is geen ruimte voor theoretisch onderricht aan kinderen.

**3. Buitenleven en risico’s**

Avontuur en buitenspelen trekt jongeren al van oudsher aan. Tegerlijkertijd biedt een natuurlijke omgeving tal van impulsen die aanzetten tot fantasie, experimenteren en fysieke activiteiten (klauteren, sluipen). Daarnaast ben je in de natuur op jezelf aangewezen wat verantwoordelijkheid en zelfstandigheid stimuleert. Wanneer je op jezelf aangewezen bent loop je tegen je eigen grenzen en beperkingen op.

Ook leer je buiten omgaan met risico’s. De huidige maatschappelijke ontwikkelingen neigen naar risicominimalisering. Keerpunt hiervan is dat hedendaagse jongeren steeds minder tegen een stootje kunnen. Toch zijn eigenschappen als assertiviteit, mensenkennis, tegen verlies kunnen en het kunnen inschatten van risico’s onontbeerlijk in de samenleving. Ruwe spelen, vuur stoken en nachtelijke zwerftochten hebben binnen Scouting dus zeker hun functie.

**4. Diversiteit**

Mensen met een gemeenschappelijke achtergrond trekken naar elkaar toe. Dat is een natuurlijk proces waarop vriendschappen en relaties worden gevormd. In de maatschappij zien we dat sociale groepen zich vooral concentreren rond sociaal-economische factoren en opleidingsniveau. De reikwijdte van Scouting is groter dan die in de maatschappij. Doordat Scouting kansen biedt voor iedereen lopen binnen de vereniging ook meer uitersten (types) rond en komen onze leden meer met uitersten in aanraking dan in de ‘normale’ maatschappij. Dat heeft gevolgen voor het beeld wat mensen van Scouting hebben, maar kan juist ook als sterk punt worden gezien doordat jongeren hiermee leren omgaan.

**5. Vormingsorganisatie**

Oorspronkelijk was het doel van de Scoutingbeweging om “goede en gezonde vaderlanders” af te leveren. Dit moet natuurlijk geplaatst worden in de tijdgeest. Toch is dit doel niet wezenlijk veranderd, nog steeds is de filosofie van Scouting jongeren voor te bereiden op de samenleving en de wereld een klein beetje achter te laten dan je hem gevonden hebt.

**Modern**

Wat is modern? Bekeken vanuit de Spelvisie gaat het hier niet om GPS of SMS, maar kunnen we stellen dat bovenstaande principes nog steeds actueel zijn. De Scoutingmethode is na 100 jaar kennelijk nog steeds van toepassing en tijdloos. Modern zit hem dan ook in het jasje en de zichtbaarheid, niet in de aard van activiteiten en spellen.

**De Spelvisie gebruiken**

Scouting is in 100 jaar geëvolueerd en heeft onderweg verschillende dingen opgepikt. Zo zijn invloeden uit de Kerk, Groot Britannië, de maatschappij, wereldoorlogen, de fusie in ’73, de wereld jamboree in ’95 en ga zo maar door nog steeds zichtbaar binnen Scouting. Denk aan tradities en ceremonies, maar ook aan de verschillende groepsculturen en discussies binnen de vereniging.

De praktijk in lokale groepen wijkt natuurlijk af van de grote lijn en daar zijn goede redenen voor. Toch zijn binnen verreweg de meeste groepen en regio’s nog steeds vormen zichtbaar die leunen op de principes zoals die hierboven beschreven staan. Zonder peer-groups of buitenleven immers geen Scouting. Toch is de Scoutingmethode als fundamenteel principe wat meer buiten de aandacht komen te staan. Het is goed om de Scoutingmethode meer aandacht te geven, niet alleen omdat het de groepen structuur en focus biedt, maar ook omdat dit onze unique selling points zijn, zaken die niet terug te vinden zijn in onderwijs, bedrijfsleven of maatschappij.

De unique selling points kunnen als vertrekpunt dienen voor evenementen, zichtbaarheid en profilering. In plaats van de vorm (doen we een hike of een spelletjesmiddag) kan je kiezen voor de inhoud en daar een gepaste vorm bij zoeken. De Spelvisie geeft antwoord op de waarom-vragen. Waarom is Scouting zoals zij is en waarom is dit goed voor onze leden en de maatschappij?

**Voorbeelden**

1. Bijvoorbeeld: centraal staat de **peer-group**, op het dorpsplein kunnen groepjes van ongeveer 6 kinderen samen aan de slag met een aantal opdrachten waarbij samenwerking centraal staat. Aan de ouders en begeleiders wordt dit principe uitgelegd, de kinderen gaan ermee aan de slag.

2. Bijvoorbeeld: centraal staat **progressie**. Elke speltak, te beginnen bij de jongerentak, bouwt een deel van een hindernisbaan. De bevers versieren. De laatste zaterdag maken scouts en buurtkinderen er gebruik van. Door middel van een filmpje en posters wordt belangstellenden duidelijk gemaakt hoe en waarom de baan tot stand is gekomen.

3. Bijvoorbeeld: centraal staan **buitenleven en risico’s**. In het wijkcentrum of het bos wordt een “stoere dingen middag” georganiseerd. Er zijn voldoende getrainde kaderleden en een EHBO-er. Op het programma staan activiteiten met het zakmes, vuur stoken met houthakken, zelf koken, schieten met een luchtbuks en vlot varen. Er worden duidelijke randvoorwaarden gesteld en de kinderen krijgen duidelijke regels waar leiding consequent mee omgaat. Ouders en journalisten mogen meedoen en krijgen uitleg van de leiding.

4. Bijvoorbeeld: centraal staat **diversiteit**. Samen met kinderen uit een andere cultuur, kinderen van een speciale school of kinderen met een handicap wordt buiten de wijk een griezeltocht georganiseerd. Het samen beleven maakt er een spannend avontuur van en ouders uit de wijk worden ingezet als spook.

5. Bijvoorbeeld: centraal staat de **vormingsorganisatie**. Samen met een drietal bedrijven organiseert een regio activiteiten rondom het thema “duurzaam ondernemen” tijdens de Dag van het Stadspark. De bedrijven profileren zichzelf als milieubewust en Scouting als ideële organisatie. De Scouts pionieren een windmolen en demonstreren een waterfilter.

**Tips**

Tip 1:

Kies een duidelijk principe als uitgangspunt;

Tip 2:

Kies een duidelijke focus en schrap alle ideeën die niet duidelijk genoeg in het plaatje passen;

Tip 3:

Vergeet de boodschap niet, die staat centraal voor de organisatie en niet de activiteit. De activiteit staat alleen centraal voor de kinderen. Het draait hier dus om gedegen voorlichting aan organisatoren en leiding.

Tip 4:

Speel in op actuele thema’s als het belang van buitenruimte en buitenspelen, profilering met milieu, feminisering van het onderwijs, overprotectie van kinderen door ouders, enz.

Tip 5:

Ga op zoek naar de roots van je Scoutingspel in groepen en regio’s. Bedenk waarom je bepaalde dingen doet, indien nodig een update en giet er een eigentijds sausje overheen.

Tip 6:

Bovenstaand sausje kan je maken door je jeugdleden inspraak te geven, zij weten wat nu hip en actueel is en welke trends je bij kan aansluiten.

Tip 7:

Betrek mensen van buiten Scouting. Denk aan ouders, maar ook het bedrijfsleven. Via via heb je meer relaties met bedrijven dan je denkt. Gebruik de bestaande contacten die je hebt wanneer je zaken regelt en ritselt. Vraag om concrete dingen en zorg dat de tegenpresatie zichtbaar is.

Tip 8:

Zichtbaarheid is veel meer dan alleen een bericht in de krant. Optimale zichtbaarheid bereik je door in het openbaar het Scoutingspel te spelen en mensen (kinderen!) erbij te betrekken. Wees aantrekkelijk.

Tip 9:

Zichtbaarheid is alleen effectief wanneer het er professioneel uitziet. Leiding die goed samenwerkt, zorg dat zaken niet “op de scoutingmanier” worden geregeld: op het laatste moment, dingen die net niet fout gaan, enz. Dit komt niet goed over bij mensen die Scouting niet kennen.

Eelco Last, Spelvisie 2010