

werkplaats 27

jaargang 17 | juni 2019



de vrijwilliger 2.0

vrijwillige inzet anno nu
wie, wat, waar
en waarom?

Nederland
vrijwilligersland
"lets doen zit er bij ons
echt ingebakken"

maak het leuk!
tips voor boeien en binden
van vrijwilligers



colofon

Werkplaats voor de leefomgeving is een uitgave van KNHM foundation.



www.knhm.nl
info@knhm.nl

Redactieadres:
KNHM foundation
Postbus 33
6800 LE Arnhem

Redactie: Frank van Bussel, Yvonne Rosloot,
Joost van Alkemade, Joke Meindersma

Coördinatie en eindredactie: Frederieke de Vries

Met dank aan: Jeroen van der Spek, Karin Wesselink,
Arghe de Sitter, Els Wiegant, John Voermans,
De Beeldredactie, Mariska Lokker

Vormgeving: Ana-Maria Marin – www.ammarin.nl

Concept: Frame Publishers

Foto omslag: VVB Fotografie John Voermans

Druk: Canon

Oplage: 12.500 exemplaren

ISSN: 1574-2083

Werkplaats voor de leefomgeving wordt uitgegeven rondom een actueel thema. Dit nummer staat in het teken van de waarderende wijkopbouw en is uitgebracht in samenwerking met NOV en Movisie.

De verantwoordelijkheid van de teksten berust bij de auteurs. De inhoud van deze Werkplaats voor de leefomgeving kan geheel of gedeeltelijk worden overgenomen indien de bron vermeld wordt en de redactie daar toestemming voor geeft.



voorwoord

Feeling good, while doing good

Bijna de helft van de Nederlanders van 15 jaar en ouder doet vrijwilligerswerk: ze zijn onmisbare schakels in onze samenleving. In elke buurt, in elke wijk, in vrijwel elke organisatie spelen vrijwilligers een belangrijke rol. En dat is al vele jaren zo. Zelf heb ik ook altijd vrijwilligerswerk gedaan, en ook in ons gezin is iedereen op de een of andere manier actief voor zijn of haar omgeving. Mijn echtgenoot is voorzitter van de herensociëteit, mijn dochter is actief in de buurtvereniging, mijn andere dochter coacht het hockeyteam. Zelfs mijn voorzitterschap van de Vereniging Nederlandse Gemeenten (VNG) was vrijwilligerswerk. Al voelde dat niet altijd zo, want het was bijna een hele baan erbij. Maar voor mij wel heel belangrijk. Het zit in mijn normen- en waardenpatroon om iets voor mijn omgeving te doen, puur omdat ik vind dat het moet gebeuren. En het is meestal nog leuk ook, zeker als je ziet dat het een positief effect heeft op de buurt waarin je leeft en woont.

Het is prachtig om te zien dat ik daarin niet de enige ben. Bijna nergens ter wereld is zoveel vrijwillige inzet als in ons land. Hoe dat kan? Daarover spreken we in deze Werkplaats met professor Lucas Meijs. Ook gaan we op zoek naar wat in de media de 'nieuwe vrijwilliger' wordt genoemd. Wie is die nieuwe vrijwilliger? En, hoe binden en boeien we deze mensen? Want het lijkt voor vrijwilligersorganisaties en verenigingsbesturen steeds moeilijker om (nieuwe) vrijwilligers aan te trekken.

Zelfs de grootste vereniging van Nederland, de KNVB, zag het aantal vrijwilligers teruglopen. Ze hebben hard gewerkt om verenigingen te laten doen waar ze het beste in zijn: verbindingen leggen in hun dorp of stadswijk door middel van sport. En ze focussen zich weer op de normen en waarden die ze met elkaar delen.

Ook al is vrijwillige inzet een universeel begrip, vrijwilligers hebben persoonlijke redenen om zich voor een ander in te zetten. Dat doet de een wat vaker of in wat meer uren per week dan de ander. De een doet het via zijn werk, de ander vanuit overtuiging voor een betere wereld. De een is gevraagd door een kennis, de ander ging aan de slag via een vrijwilligersuitzendbureau. Dat is nou juist zo mooi: vrijwilligerswerk kies je zelf en doe je omdat je daar je tijd aan wilt besteden. En dat is dus heel persoonlijk! Maar we hebben wel allemaal die gemene deler: vrijwilligerswerk doe je omdat het goed voelt. Zoals geluksambassadeur Leo Bormans het mooi zei: **feeling good, while doing good.**

Veel leesplezier!

Annemarie Jorritsma
Voorzitter KNHM foundation

04

visie:
"VRIJWILLIGERS WILLEN
GRAAG RESULTAAT ZIEN"

08

inspirerend voorbeeld:
VRIJWILLIGER DICHTBIJ HUIS

10

expert aan het woord
TIPS VOOR BOEIEN EN BINDEN

14

inspirerend voorbeeld
VRIJWILLIGERS BIJ KNHM FOUNDATION

16

facts & figures

18

Nederland vrijwilligersland

20

corporate vrijwilligerswerk
"ZE STAAN IN DE RIJ OM MEE TE DOEN"



34



28



20

23

kort nieuws

24

IMPACT VAN VRIJWILLIGERSWERK:
VAN 'ON-SCHATBARE' WAARDE?

26

inspirerend voorbeeld:
VRIJWILLIGER BIJ AMNESTY

28

achtergrond
KNVB'S BACK2BASICS:
VERENIGINGEN IN BEWEGING

32

vrijwilligersbeleid op orde

34

inspirerend voorbeeld:
VRIJWILLIGERSUITZENDBUREAU VIIA

36

Toen en nu



26



**Van vaste kracht tot pop-up vrijwilliger:
“Vrijwilligers willen
graag resultaat zien”**



Vrijwilligers vormen het kloppende hart van veel maatschappelijke organisaties en burgerinitiatieven. Maar de wensen en ambities van vrijwilligers veranderen snel. Pop-up vrijwilligers komen en gaan, terwijl traditionele bestuursfuncties steeds vaker onvervuld blijven. Werkplaats peilde de stemming onder drie experts. “De hele dag vergaderen spreekt jongeren echt niet meer aan.”

tekst: Jeroen van der Spek
fotografie: VVB Fotografie John Voermans

Van vrijwillige scheidsrechter tot penningmeester, van luizenmoeder tot buurtvader en van taalbuddy tot assistent op de dierenambulance: jaarlijks steken zo'n zes miljoen Nederlanders vrijwillig de handen uit de mouwen. Uit onderzoek blijkt dat ze dat steeds vaker op flexibele basis en gedurende een afgebakende periode doen. Het FD introduceerde vorig jaar zelfs de term pop-up vrijwilliger, maar volgens Joke Meindersma, adviseur Vrijwillige Inzet bij Movisie, zijn korte, tijdelijke vrijwilligersklusjes geen nieuw verschijnsel. “Dertig jaar geleden waren er ook gewoon mensen die zo nu en dan op de school van hun kinderen insprongen of een paar keer per jaar collecteerden. Alleen is de groep mensen die niet voor langere tijd aan vrijwilligerswerk vast wil zitten gegroeid. De vanzelfsprekendheid waarmee vrijwilligers zich voor jaren aan een organisatie of doel binden, neemt langzaam maar zeker af.”

Volgens Joost van Alkemade, directeur Vereniging Nederlandse Organisaties Vrijwilligerswerk (NOV) is er steeds meer variatie in de manier waarop vrijwilligers actief zijn: in georganiseerd verband en buiten de gevestigde kaders om, kort- én langdurend. “Dat loopt door alle leeftijden heen. Sommige ouderen willen in de zomermaanden geen vrijwilligerswerk meer doen, omdat ze er dan met de fiets of camper op uit gaan. Omgekeerd willen jongeren niet alleen maar flexibel, kortdurend en projectmatig vrijwilligerswerk verrichten. Jongeren zitten soms krapper in hun tijd, waardoor ze gericht de afweging maken of vrijwilligerswerk in hun leven past. Maar ik kom ook nog heel veel jongeren tegen die drie of vier jaar lang bij een sport- of jeugdorganisatie vrijwilligerswerk doen.”

Cultuuromslag

“Nederland heeft een sterke traditie als vrijwilligersland. Het percentage Nederlanders van 15 jaar of ouder dat als vrijwilliger actief is, schommelt al twintig jaar rond de 50%. Dat neemt niet weg dat het aantal uren dat mensen gemiddeld aan vrijwilligerswerk besteden de afgelopen vijf jaar fors is teruggelopen: van zes naar ruim vier uur per week. Met alle gevolgen van dien. Vrijwilligersorganisaties zoals Oranjeverenigingen, sportclubs en hulporganisaties hebben steeds meer moeite om hun vrijwilligersbestand op peil te houden. Ook besturen zien hun vacatures steeds langer open staan.

Volgens Frank van Bussel, directeur KNHM foundation, is het dan ook tijd voor een cultuuromslag. “Vrijwilligersorganisaties hebben vaak nog een hele traditionele werkwijze. Ze gaan uit van een vergadercyclus, het opstellen van jaarplannen en het verantwoorden van hun geldstromen. Maar voor je het weet zit je een groot deel van de tijd met z'n allen te vergaderen, is er geen ruimte meer voor eigen initiatief en spontaniteit, en ben je de aandacht van jongeren kwijt. Terwijl die wel degelijk als vrijwilliger actief willen zijn.”

Joke: “Zo'n cultuuromslag betekent ook dat je veel meer moet rouleren. Als bestuur heb je de verantwoordelijkheid om je organisatie – en dus ook het bestuur zelf – vitaal te houden. Als je zes jaar lang voorzitter of secretaris bent geweest, is het misschien tijd om te zeggen: het is mooi geweest. Ik wil best nog wat in de uitvoering doen, maar het is goed plaats te maken voor nieuwe gezichten.”

Digitale media

De opkomst van de gelegenheds- of pop-up vrijwilliger weerspiegelt een maatschappelijke ontwikkeling. Vrijwilligers hebben het drukker dan ooit. Ze combineren hun vrijwilligerswerk met gezin, werk en vrije tijd, maar ook met andere maatschappelijke taken, zoals mantelzorg en burenhulp. Ook de opmars van digitale media heeft het spel van vraag en aanbod ingrijpend veranderd. Waar vrijwilligers van oudsher vooral via-via werden geworven, organiseren ze zich steeds meer op digitale platforms, zoals WhatsApp, Facebook of NLvoorelkaar.nl.

“Als bestuur heb je de verantwoordelijkheid om je organisatie – en dus ook het bestuur zelf – vitaal te houden”



Joke: “Door de opmars van sociale media is vrijwilligerswerk veel laagdrempeliger geworden. Ik kwam onlangs in de Facebookgroep van mijn wijk een oproep tegen van twee jongens die op reis gaan. Ter compensatie van hun vlieg-schaamte boden ze aan om gedurende één dag bij mensen in de wijk klusjes te doen. Ze hadden hun oproep amper geplaatst of de vragen stroomden binnen: van een uurtje onkruid wieden tot het behangen van een slaapkamer. Die respons geeft mooi aan wat de kracht is van social media. Je plaatst een challenge of oproep en je kunt de volgende dag meteen aan de slag.”

De afname van het totale aantal vrijwilligerssuren brengt voor veel organisaties nieuwe uitdagingen met zich mee. Zoals een structurele begeleiding van bestaande vrijwilligers.

Joost: “Besturen hebben hun belangrijkste processen meestal verankerd in sleutelposities zoals voorzitter, secretaris of penningmeester. Maar gek genoeg is er vaak niemand die zich exclusief richt op het begeleiden van vrijwilligers. Terwijl organisaties die dat wel doen aantoonbaar beter functioneren. Binnen Scouting Nederland is bij elke lokale groep een groepsbegeleider die meekijkt hoe alle vrijwilligers functioneren, maar hen ook geregeld vraagt of ze het nog wel naar hun zin hebben. En of ze misschien toe zijn aan een nieuwe klus of uitdaging.”

Gezinsvrijwilligerswerk

Frank: “Die vragen zou je ook bij het werven van vrijwilligers kunnen stellen. Vrijwilligersorganisaties gaan vaak uit van een specifieke vacature en een bijbehorend profiel. Maar misschien moet je je als organisatie veel meer afvragen wat jij vrijwilligers te bieden hebt. Dan kom je op vragen als: wat kun je bij ons leren, welke ervaring kun je opdoen en wat betekent het vrijwilligerswerk voor het opbouwen van je netwerk? Dat is een hele andere benadering.”

Pop-up vrijwilligers, flexpools en semi-vrijwilligers met een onkostenvergoeding: het vrijwilligerslandschap verandert de laatste jaren steeds sneller. Net als de vormen van vrijwilligerswerk waarmee organisaties tegemoet komen aan de wensen van de ‘nieuwe’ vrijwilliger. Zoals vrijwillige duo-functies of gezinsvrijwilligerswerk: een constructie die jonge ouders de mogelijkheid biedt om samen met hun kinderen een zaterdagochtend te komen schoffelen of snoeien.

Ook op organisatorisch vlak valt er de nodige winst te balen.

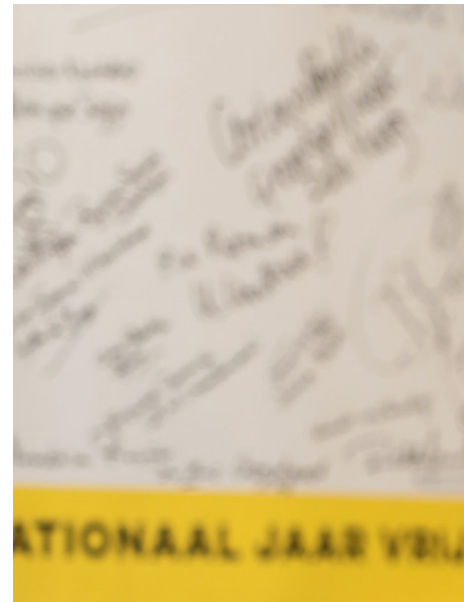
Frank: “Een vrijwilligersorganisatie kan er bijvoorbeeld voor kiezen om met zelfsturende teams te werken. Met als uitgangspunt dat je gezamenlijk verantwoordelijk bent en iedereen een wisselende taak heeft: de vaste bestuursleden net zo goed als de vrijwilligers. Dat is een werkwijze die goed aansluit bij nieuwe generaties.”

Joost: “Je kunt je organisatie ook klein en wendbaar houden door het vrijwilligerswerk in laagjes te organiseren.

Veel festivals werken met een professioneel, klein team,

“De vanzelfsprekendheid waarmee vrijwilligers zich voor jaren aan een organisatie of doel binden neemt langzaam maar zeker af”

Joke Meindersma,
adviseur Vrijwillige Inzet bij Movisie



dat de programmering doet en de artiesten boekt. Daarom is vaak een schil van locatiecoördinatoren actief, die weten wat er ter plaatste moet gebeuren. Tenslotte heb je een hele grote groep vrijwilligers, die na een eenmalige briefing een paar dagen als crew-lid het podium opbouwen, achter de bar staan, of de kaartverkoop doen. Met zo’n werkwijze kan je veel mensen met een hele gerichte taak en beperkte tijd inpassen.”

Nieuwe generaties

Een belangrijke uitdaging die veel vrijwilligersorganisaties bezighoudt, is het verjongen van hun vrijwilligersbestand. Kerken, sport- en buurtverenigingen, maar ook landelijke organisaties zoals FNV of het Rode Kruis hebben in toenemende mate last van vergrijzing, maar het binnenhalen van nieuwe generaties verloopt vaak langs de weg van de geleidelijkheid. **Joke:** “Als je wilt verjongen is het niet handig om je meteen op 18-plussers te richten maar kun je misschien beter naar de eerstvolgende generatie kijken. Een bestuur met veel zestigers dat denkt ‘we zijn aan het vergrijzen’ kan proberen om mensen rond de vijfenveertig binnen te halen. Als die eenmaal in de organisatie actief zijn, kunnen ze op hun beurt proberen om nieuwe vrijwilligers van rond de dertig te zoeken. Op die manier is de kans op doorstroming een stuk groter.” Een ander terugkerend vraagstuk waar veel vrijwilligersinitiatieven mee worstelen is het vergroten van de diversiteit. Uit CBS-cijfers blijkt dat er minder migranten als vrijwilliger actief zijn dan mensen zonder migratieachtergrond en ook mensen met een beperking slechts mondjesmaat aan vrijwilligerswerk deelnemen. **Joost:** “In hoeverre dat een probleem is hangt natuurlijk ook af van de doelgroep waarop je je richt. Een instituut voor huiswerkbegeleiding dat actief is in een wijk met twintig nationaliteiten, moet ook mensen in huis hebben die thuis zijn in de verschillende culturen.” Volgens Joke zijn er steeds meer initiatieven die proberen om vrijwilligers binnen te halen die je in traditionele organisaties meestal niet tegen komt. Zoals DementTalent, een project dat vrijwilligerswerk door mensen met dementie promoot, door te wijzen op wat zij nog wél kunnen. “Dat is een prachtig initiatief, maar het vergt wel een intensieve één-op-één begeleiding. Bovendien moet het binnenhalen van een nieuwe, diverse doelgroep echt door de hele organisatie worden gedragen. Dat gaat veel verder dan een intentieverklaring van het bestuur.”



“Je plaatst een challenge of oproep en je kunt de volgende dag meteen aan de slag”

Frank van Bussel, directeur KNHM foundation



Joost van Alkemade,
directeur Nederlandse Organisatie
voor Vrijwilligerswerk

“Door sociale media is vrijwilligerswerk veel laagdrempeliger geworden”



“Ik ben eigenlijk een echte huismus”

Na een gewone werkdag op het golfterrein, gebeurt het regelmatig dat green keeper **Eric Janssen** uit Wellerlooi nog éven in de auto stapt om iets te regelen voor het gemeenschapshuis 't Luukske. Deze vrijdag is dat een hoogwerker huren.

tekst: Karin Wesselink
fotografie: VVB Fotografie John Voermans

“De verlichting in de groepsaccommodatie is kapot en die gaan we vanavond vervangen”, vertelt Eric vanuit de auto. Maar het had even goed een ander klusje kunnen zijn, want in zijn vrije tijd zit Eric zelden op de bank. “Sommige mensen ontspannen door niks te doen, ik juist als we met een team vrijwilligers iets moois voor elkaar hebben gekregen.”

Voor het gemeenschapshuis 't Luukske doet hij niet alleen het onderhoud, maar ook het in- en uitchecken van de groepen die komen logeren en hij is bestuurslid van een aantal verenigingen die in datzelfde 't Luukske een ruimte huren. “Ik ben bijvoorbeeld voorzitter van het Sint Maarten Comité en voorzitter van jeugdcarnavalsvereniging de Jeugdskuut. We vergaderen daar, onze geluidsinstallatie en de mantels liggen er opgeslagen.

Eric kwam op z'n 26ste in het dorp wonen om vooral praktische redenen: hij kon er een huis kopen met de oppervlakte die hij nodig had voor zijn paarden. Hij reed dressuur op wedstrijdniveau en daar ging toen nog elke vrije minuut in zitten. “Nu heb ik er nog één voor de hobby.” Niet dat het van een bosrit komt, daar gunt hij zich met al zijn vrijwilligerswerk niet de tijd voor. Misschien later. Het was ook in die begintijd dat hij ‘gestrikt’ werd voor het vrijwilligerswerk in het

dorp, zoals hij het zelf noemt. En nu is hij er wekelijks zo'n één tot twee uur mee bezig. Gemiddeld. “Soms loopt het wel de spuigaten uit, dan vragen ze thuis of ik nog thuis kom. Tot nu toe is de balans goed.” Zijn geheim is dat zijn vrouw hem steunt. “Niet in alle voorbereidingen, maar als er eens een avond ouders nodig zijn, dan helpt zij. En ze heeft zelf ook een druk leven.”

Dat prettige evenwicht komt ook doordat hij het vrijwilligerswerk goed kan combineren met zijn betaalde baan. “In de zomer beginnen we vaak al om half zeven en ben ik vroeg genoeg klaar om in de middag nog dingen te regelen. In de winter is dat anders, maar dan heb ik de lange avonden waarop ik thuis toch ook niets meer kan doen in de tuin, behalve snoeien zodat we brandhout hebben voor Sint Maarten”, lacht Eric.

Hij kan al zijn talenten kwijt in het vrijwilligerswerk, maar het tuinieren bij 't Luukske laat hij met een gerust hart over aan de oudere garde. “Als ik straks wat ouder ben, dan ga ik dat zeker wel doen.” Natuurlijk zijn er wel eens meningsverschillen met andere vrijwilligers en dan is Eric niet iemand van zoete broodjes bakken omdat het dorpsgenoten zijn. “Het project waar je mee bezig bent is het belangrijkste en bovendien, juist omdat je elkaar steeds weer tegenkomt, lost onenigheid

zich ook vanzelf weer op.” Iets doen voor een organisatie verder van huis, zou niets voor hem zijn. “Ik ben er de persoon niet naar. Ik ben eigenlijk een echte huismus en ben graag kort bij huis, dat geeft een vertrouwd gevoel. We gaan wel op vakantie, maar ben dan altijd weer heel blij als ik thuis ben.” —

“Soms loopt het wel de spuigaten uit, dan vragen ze thuis of ik nog thuis kom”



't Luukske in Wellerlooi

Zo'n zes jaar geleden besloot de gemeente het doek te laten vallen voor de gymzaal in Wellerlooi én de geldkraan aan het gemeenschapshuis dicht te draaien. Maar dat lieten de bewoners niet gebeuren. Ze richtten MFC 't Luukske op en realiseerden een plek waarin de meeste verenigingen in het dorp hun thuis hebben. Onderdeel van het verdienmodel is dat deze locatie in de zomervakanties en weekenden wordt verhuurd aan groepen die hier hun zomerkamp of trainingsweekend houden.

www.luukske30.nl



Boeien en binden van vrijwilligers

Hoe komt iemand tot het besluit om vrijwilligerswerk te doen? Gevraagd worden door een bekende blijkt een belangrijke route naar actieve betrokkenheid, zo concluderen **Eveline van Leeuwen** en twee collega's in hun grootschalige onderzoek in de gemeente Utrechtse Heuvelrug. 'To join or not to join' heet dan ook de publicatie over deze studie. We spreken met haar over factoren die van invloed zijn op meedoen.

tekst: Arghje de Sitter
fotografie: Istockphoto

Steken meer mensen vrijwillig de handen uit de mouwen sinds de overheid de participatiemaatschappij naar voren schoof?

“Daarover heb ik geen gegevens, maar wel staat vast dat de participatie van Nederlanders altijd heel groot is geweest, ook ten opzichte van andere Europese landen. Er is in elk geval de laatste jaren wel echt wat veranderd in de cultuur van vrijwilligerswerk. Mensen verbinden zich liever eenmalig of korter aan iets wat ze leuk vinden dan aan een taak waar een langer commitment voor nodig is, zoals bestuurswerk. De status die dat vroeger gaf is er niet meer.”

Wat beweegt mensen om vrijwilligerswerk te doen?

“In ons onderzoek in de Utrechtse Heuvelrug gaven mensen aan het vooral leuk te vinden om anderen te ontmoeten. Gezelligheid en iets met elkaar doen worden vaak genoemd. Maar ook ‘iets terugdoen voor de samenleving’ en ‘je betrokken voelen bij de omgeving’.”

Jullie onderzoek focust op de rol van sociale interactie bij het besluit om je in te zetten. Wat hebben jullie gevonden?

“We wilden weten of meedoen afhankelijk is van je sociale netwerk en van het feit of je de andere deelnemers wel of niet kent. Die aannames werden bevestigd. Maar wat we ook vonden is dat het heel veel uitmaakt door wie je gevraagd wordt. Hoe dichterbij je staat (zoals een familielid of vriend), hoe eerder de neiging om ja te zeggen. En hoe meer afstand, hoe minder de kans op succes. Een algemene oproep werkt dan ook nauwelijks. Als bijvoorbeeld de gemeente via een advertentie aan inwoners vraagt om ergens over mee te denken heeft dat weinig succes. Beleidsparticipatie is sowieso veel minder populair dan iets doen voor je eigen vereniging of je fysieke of sociale leefomgeving. Via een onpersoonlijke uitnodiging wordt het al helemaal onaantrekkelijk. Voor zoiets als een bestuursfunctie telt ook de afweging: wie zit er nog meer in en kan ik met diegene(n) samenwerken? Bij activiteiten die minder tijd en energie kosten, is dat niet zo belangrijk, want mensen willen vaak juist ook nieuwe mensen leren kennen. Ik denk wel dat onze onderzoeksvragen in een stad anders beantwoord zouden worden dan in de dorpen van Utrechtse Heuvelrug.”



“Deelname aan vrijwilligerswerk wordt uiteindelijk beïnvloed door een combinatie van: individuele factoren, de fysieke omgeving en de sociale omgeving en omstandigheden”

Waarin wijkt deelname in een stad dan af van die in een dorp?

“Sociale contacten en interactie zijn heel anders in een stad. We zien dat in steden, met hun verschillende en mondige inwoners, veel initiatieven worden opgestart, bijvoorbeeld nu in het kader van de energietransitie, maar dat initiatieven ook snel weer stranden als gevolg van de vaak lossere contacten. Buiten de stad zijn initiatieven duurzamer. In een dorp heb je de familiar strangers, dat zijn mensen die je van gezicht kent, die je wel eens tegenkomt. Dat geeft een vertrouwd gevoel. In het dorp waar ik 6 jaar geleden ben gaan wonen viel me die familiar stranger op. Je treft elkaar gewoon op straat, bij de supermarkt, of bij andere voorzieningen. Die voorzieningen zijn dus ook belangrijk voor het vertrouwen dat je een community bent. Free riders (die niets bijdragen en wel profiteren) heb je hier veel minder omdat je ziet voor wie en met wie je iets doet. In ons dorp is ook een Facebookgroep van vrouwen, waar meer dan de helft van de vrouwelijke inwoners in zit! Daar wordt van alles gedeeld: een activiteit, een nieuwe onderneming, onraad. Dat is zeer effectief en het werkt versterkend op de echte ontmoetingen. Een initiatief in een dorp kent al gauw veel mensen die ervan weten en erbij betrokken zijn.”

Volgens CBS-gegevens is deelname aan vrijwilligerswerk in steden lager dan op het platteland. Ook blijkt dat mensen met een niet-westerse achtergrond minder vrijwilligerswerk doen. Hoe zou je hen kunnen bereiken/betrekken?

“Nou, kijkend naar onze onderzoeksuitkomst zou ik zeggen: laat ze uitnodigen door iemand die ze kennen. Ook uit ander onderzoek blijkt dat je voor een goede community niet alleen sterke interactie binnen groepen maar ook tussen groepen moet hebben. Je hebt bruggenbouwers nodig. Dat kunnen mensen zijn die zich inzetten bij een moskee, die ook weer andere mensen kennen en zo hun achterban kunnen betrekken bij ander vrijwilligerswerk. Ze kunnen ook een groepje tegelijk vragen, want mensen moeten zich wel thuis voelen bij hun collega-vrijwilligers.”

Wat zijn de kenmerken van diegenen die zich vrijwillig inzetten?

“We konden in ons onderzoek globaal twee groepen onderscheiden: de ‘ja, tenzij’-mensen die al actief zijn en het leuk vinden om er nog meer bij te doen



en de ‘nee, behalve’-mensen, met een minder positieve grondhouding. Die tweede groep is moeilijker te beïnvloeden. We zagen dat in de eerste groep ouderen over het algemeen erg actief zijn, maar dat stopt ook weer op een bepaalde leeftijd. De deelname van jongeren (18-25 jaar) ligt lager, maar als ze wél wat doen, dan besteden ze er ook veel tijd aan, bijvoorbeeld bij sport en scouting. Hoogopgeleide mensen zijn actiever dan laagopgeleiden. Zij vinden het leuk om nieuwe dingen te leren in een andere context. Ook hebben ze vaak bruikbare talenten (makkelijk in te zetten in relatief weinig tijd).

Mensen doen liever mee aan activiteiten waaraan leeftijdgenoten of jongere mensen meedoen. Gender speelt daarentegen geen rol. Een vrijwilligersvergoeding bleek op individuele keuze tot deelname een negatief effect te hebben, tot verbazing van de econoom in onze onderzoeksgroep. Mensen doen het werk uit een intrinsieke motivatie, echt niet om het geld. Dus een vergoeding motiveert ook niet bij het werven van vrijwilligers. Integendeel, voor elke euro meer gaan mensen er juist minder tijd in steken. Ze gaan rekenen en denken: ‘mijn tijd is wel meer waard.’ ■

“Mensen doen het werk uit een intrinsieke motivatie”



Eveline van Leeuwen is sinds oktober 2017 hoogleraar Urban Economics (stedelijke economie) aan de Wageningen Universiteit (WUR), waar ze afstudeerde als landgebruiksplanner (land use planning). In 2008 promoveerde ze aan de VU in de ruimtelijke economie op het belang van dorpen en kleine steden voor de omgeving. Zij is geïnteresseerd in de relatie en de verschillen tussen stad en platteland. Vanaf 2015 deed ze een groot onderzoek naar vrijwilligerswerk in gemeente Utrechtse Heuvelrug.

Rixt Bijker, Eveline van Leeuwen and Paul Koster, ‘To join or not to join? The impact of social interactions on local participation decisions’. TI 2019-003/VIII Tinbergen Institute Discussion Paper, 2019.

Voorzieningen spelen een rol in het ontstaan en onderhouden van contacten. Het dorps huis kan een belangrijke plek zijn waar nieuwe contacten ontstaan, omdat het ruimte biedt aan verschillende verenigingen en informele groepen en er allerlei activiteiten georganiseerd kunnen worden. Heb je hulp nodig bij het opzetten van een dergelijke ontmoetingsplek? Wellicht kan KNHM foundation met je meedenken of via KNHM Participaties helpen bij het (duurzaam) opzetten ervan.

www.knhm.nl

Tips voor het boeien en binden van vrijwilligers

BOEIEN

- Vraag een specifiek iemand die je kent. Een persoonlijke uitnodiging van een goede bekende om vrijwilligerswerk te doen werkt het beste.
- Als bestuur heb je de verantwoordelijkheid om je organisatie - en dus ook het bestuur zelf - vitaal te houden. Zeg dus op tijd: het is mooi geweest.
- Heroverweeg het klassieke bestuur en probeer als zelfsturend team te werken, met gezamenlijke verantwoordelijkheid en regelmatig roulerende taken.
- Kies bij het verjongen de weg der geleidelijkheid en richt je op de eerstvolgende jongere generatie. Een bestuur met vooral zestigers kan bijvoorbeeld het beste proberen om mensen rond de 45 binnen te halen.
- Nieuwe inwoners die nog niet actief zijn, willen vaak best deelnemen, zeker jongeren. Vind iets wat bij ze past. Praktische taken kun je goed aan mensen vragen, dat willen ze altijd wel doen. Bestuurswerk kan leuk zijn omdat je er iets van kunt leren. Dat geldt zeker voor hogeropgeleiden.
- Is er geen animo voor de klus vanwege tijdgebrek? Bekijk of de inzet anders of flexibel kan worden ingevuld, bijvoorbeeld als duofunctie of met het hele gezin.
- Ga meer op gevoel en emotie van mensen zitten. Menselijke waarden zijn belangrijk, zoek de verbinding met elkaar.
- Overweeg je een vergoeding te bieden voor het vrijwilligerswerk om mensen te trekken? Niet doen. Onderzoek wijst uit dat een vergoeding een negatief effect heeft op de individuele keuze tot deelname aan vrijwilligerswerk.

BINDEN

- Zorg dat iemand in de organisatie zich exclusief richt op de begeleiding van de vrijwilligers.
- Vraag je regelmatig af wat je vrijwilligers te bieden hebt.
- Investeer in een mix in leeftijden. Dus als een groep vergrijsd, doe dan echt je best om er een jonger iemand bij te vinden. Dat trekt weer (andere jonge) mensen aan.
- Breng de impact van het vrijwilligerswerk in kaart. Zo kun je precies uitleggen hoe belangrijk ze zijn.
- Wil je meer diversiteit in je organisatie en een nieuwe, diverse doelgroep binnenhalen? Zorg dan eerst dat dit doel door de hele organisatie wordt gedragen.
- Een vereniging is geen commercieel bedrijf, dus verleg de focus van het bedrijfsmatige naar het menselijke. De kracht van een vereniging gaat immers om het intrinsiek verenigen van mensen met elkaar.
- Doe eens in de zoveel tijd een zelfevaluatie om te kijken of je nog steeds goed bezig bent. Want organisaties die hun vrijwilligersbeleid serieus nemen, versterken daarmee de betrokkenheid en het werkplezier van vrijwilligers.
- Maak het vooral gewoon leuk en plezierig!

“Ik heb nog steeds tijd om te trainen voor de Nijmeegse Vierdaagse”

Ze gingen op gesprek en volgden workshops. Vrijwilliger worden bij KNHM foundation ging niet vanzelf, maar **Erica Gasseling** uit Oosterbeek en **Robert-Jan de Bes** uit Elst zetten graag vrijwillig hun kennis, ervaring en netwerk in.

tekst: Karin Wesselink
fotografie: VVB Fotografie John Voermans

Erica: “Ik was altijd al wel maatschappelijk betrokken en actief, maar eerlijk gezegd kende ik KNHM foundation niet. Een buurman vertelde me over een van hun projecten en vroeg of het iets voor mij zou zijn om adviseur te worden. Tijdens het gesprek had ik al wel snel het gevoel dat ze meer een ingenieur zochten en ik ben bedrijfskundige met een psychologische achtergrond. Maar we spraken nog een keer af en toen hadden ze een project voor me op het gebied van dagbesteding. Dat paste beter.”

Robert-Jan: “Ik kende KNHM foundation vanuit mijn vorige baan bij Arcadis, een samenwerkingspartner, maar was toen druk met grote projecten en ik was dirigent van een kamerkoor. Nu ben ik leidinggevende bij TenneT en houd me daar bezig met de energietransitie. Toen ik drie jaar geleden zwarte piet speelde, vroeg Sinterklaas me of ik iets wilde doen naast m'n betaalde baan voor KNHM foundation. Ik was eigenlijk meteen enthousiast omdat de thema's van KNHM foundation mijn interesse hebben en deze een appèl doen op mijn ontwikkelervaringen. Het past goed in deze fase van mijn leven; mijn kinderen zijn zestien en achttien en steeds zelfstandiger, dus dat geeft ruimte.”



Erica Gasseling

“Het past goed in deze fase van mijn leven”

Professionaliteit

Erica: “Het is niet de bedoeling dat je dingen gaat overnemen of gaat uitvoeren. Je denkt vooral mee en je helpt richting geven. Je kunt je inzetten voor korte en langer lopende projecten.”

Robert-Jan: “KNHM foundation heeft wel tweehonderd vrijwilligers. Bij iedereen wordt goed gekeken wat zijn of haar expertise is en wat je als adviseur hebt in te brengen. Er wordt professionaliteit van je verwacht en daar word je in geprikkeld tijdens trainingen en workshops. Soms word je ook ingevlogen voor een bepaald punt in het proces. Heteren, waar ik toevallig negen jaar heb gewoond, wil bijvoorbeeld al heel lang een goed ingericht winkelcentrum, maar dat gaat moeizaam. Nu ben ik erbij gehaald om procesmatig, juridisch en financieel mee te kijken of het mogelijk is dat een stichting, opgericht door burgers, misschien het winkeldeel zelf kan exploiteren.”

Vrijheid in verbondenheid

Robert-Jan: “Het scheelt veel dat ik niet overall fysiek bij hoef te zijn, soms hebben ze aan een klankbord genoeg. Veel kan ook via de telefoon of mail. En dat is helemaal ideaal omdat ik voor m'n werk vaak in het buitenland ben. Het is heel flexibel en ik houd wel van deze vrijheid in verbondenheid. Wel heb ik met mijn werkgever afgesproken dat ik voor KNHM foundation geen energieprojecten doe om belangenverstrengeling te voorkomen. En ik heb nog steeds tijd genoeg voor het werk als secretaris van Cigré Nederland en om te trainen voor de Nijmeegse Vierdaagse.”

Erica: “Veel afspraken zijn 's avonds en niet elke week op een vast moment. Dat geeft mij de mogelijkheid om mijn uren te besteden wanneer het mij uitkomt. Hiervoor was ik vrijwilliger bij de Lions, maar daar vond ik de verplichting veel groter. Een keer per twee weken hadden we een vaste avond om te vergaderen. Dat zou ik nu niet kunnen combineren met mijn 50-urige werkweek als zzp'er. Ik heb het bij de Lions wel mooi afgesloten door met een marathon lopen duizend euro voor een project in Nepal achter te laten.”



KNHM foundation

Erica en Robert-Jan zijn vrijwilliger bij KNHM foundation waarbij ze actieve burgers helpen bij het verbeteren van hun leefomgeving. Zij helpen bijvoorbeeld bij het opstellen van een concreet projectplan of businessmodel, organiseren kennisworkshops voor initiatiefnemers of brengen initiatiefnemers in contact met hun netwerk. Hun inzet als vrijwillige adviseur biedt, naast uitbreiding van hun eigen netwerk, inspiratie en collegialiteit, zinvol werk met burgerinitiatieven en ondernemende wijk- of bewonersbedrijven. Ook kunnen ze kosteloos deelnemen aan verschillende trainingen die nuttig zijn voor de persoonlijke en professionele ontwikkeling.

www.knhm.nl

Vrijwilligers in Nederland



49%

van de Nederlanders doet minimaal 1 x per jaar vrijwilligerswerk



Gemiddeld

30%

van de bedrijven biedt een vorm van corporate vrijwilligerswerk aan



Gemiddeld besteden vrijwilligers

4,5 uur

per week aan vrijwilligerswerk



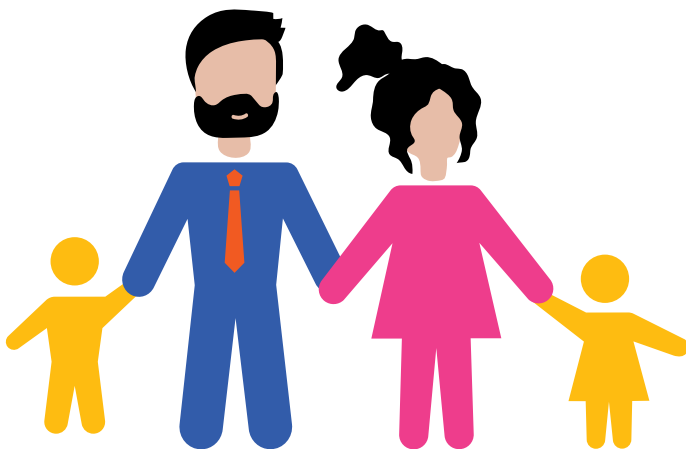
Gemiddeld zijn mensen

6,9 jaar

lang actief als vrijwilliger

Grootste groep vrijwilligers is 35-45 jaar oud: ouders met jonge kinderen die vrijwilligerswerk doen op school, de sportvereniging of in de buurt

In dorpen zijn er meer vrijwilligers actief dan in stedelijke woongemeenten



VRIJWILLIGE TAKEN:

- (23%)**  bestuurlijke taken
- (21%)**  kantoor/administratie
- (21%)**  training/scholing

MANNEN:
op sport, jeugdwerk, politiek, woonomstandigheden

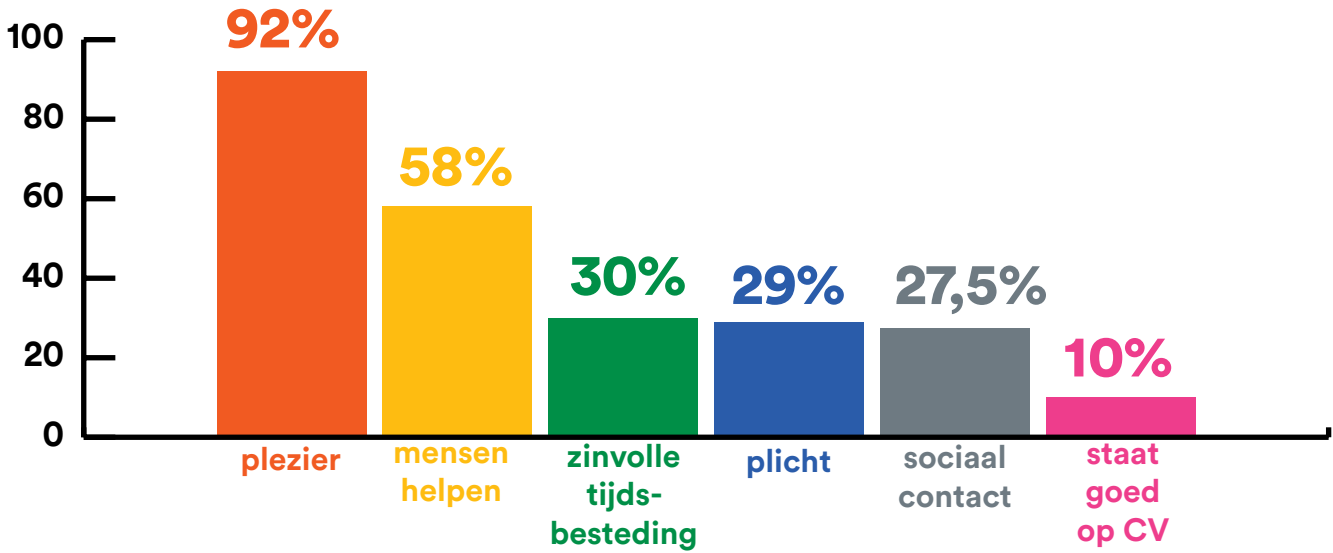
VROUWEN:
op school, in de verzorging

Hoogopgeleiden (hbo/wo) zijn vaker vrijwilliger dan lager opgeleiden, maar lager opgeleiden maken wel meer uur als vrijwilliger

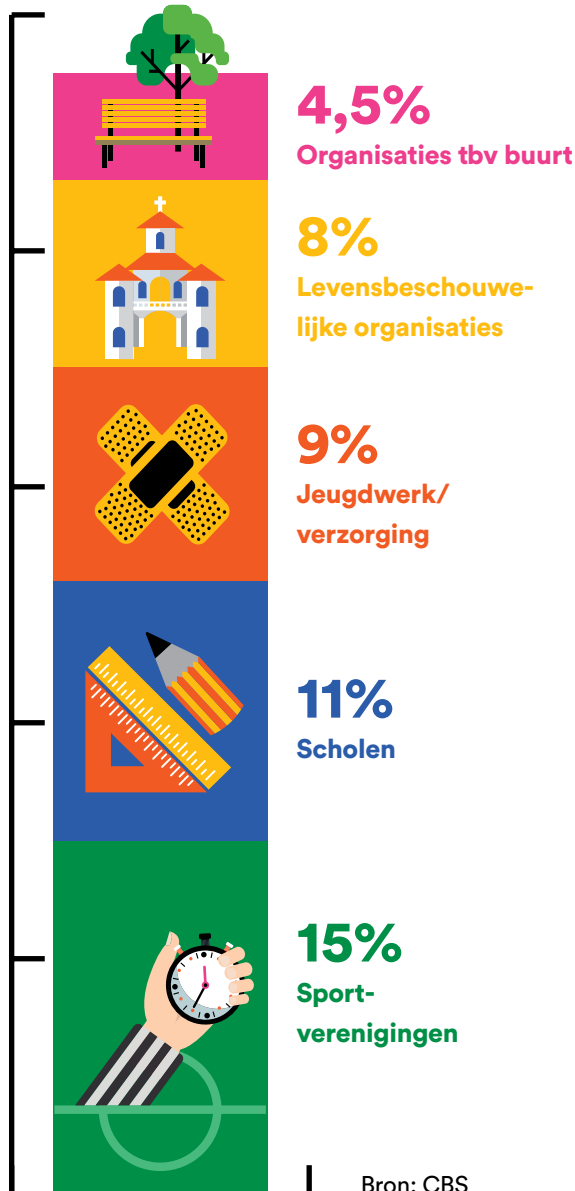
GEKOMEN TOT VRIJWILLIGERSWERK:

-  gehoord van organisatie/via via
-  gevraagd door organisatie
-  zelf initiatief genomen

WAAROM VRIJWILLIGERSWERK:



WAAR ACTIEF:



Bron: CBS

Hoogste aandeel vrijwilligers in grote steden:

Zwolle (62%)

Friesland telt procentueel de meeste vrijwilligers

Limburg en Zuid-Holland telt procentueel de minste vrijwilligers

Laagste aandeel vrijwilligers in grote steden:

Maastricht (39%)

Nederland vrijwilligersland

“Iets doen zit er bij ons echt ingebakken”

Nederland is koploper in vrijwilligerswerk. Volgens het Sociaal en Cultureel Planbureau zet bijna 50 procent van de volwassen Nederlanders zich onbetaald in voor de samenleving. Dat dit aantal in bijna geen ander land op de wereld zo hoog is, is niet zo gek volgens Lucas Meijs, Professor Strategische Filantropie en Vrijwilligerswerk aan de Rotterdam School of Management, Erasmus Universiteit. “Nederlanders zijn het gewend om dingen zelf te regelen.”

tekst Frederieke de Vries
fotografie: Istockphoto

Van oudsher kent Nederland een civil society-traditie, waarin burgers zich op basis van hun eigen normen en waarden samen organiseren en gedeelde interesses in het publieke domein nastreven. Je ziet het terug in de talloze sportverenigingen, dorpsverenigingen, milieugroeperingen, op geloof gebaseerde organisaties, vakbonden, coöperaties, beroepsverenigingen en onafhankelijke onderzoeksinstituten. Lucas: “Civil society gaat al best een tijdje terug. Die zelforganisatie zit er dus al vroeg in.” Door de verzuiling werd niet alleen de verenigingscultuur nog groter, ook de vrijwilligers die al die verenigingen draaiende hielden waren talrijker. “In overheersend katholieke landen wordt nog altijd veel minder vrijwilligerswerk gedaan, omdat het meeste daar wordt geregeld via de kerk en de pastoor. En ook al zijn we inmiddels minder religieus georganiseerd en is de verzuiling verdwenen, het aantal verenigingen is niet direct afgenomen. Nederlanders zijn het gewend om dingen zelf te regelen en dat is nooit veranderd.”

Universeel toepasbaar

Het vrijwilligerspotentieel wordt bepaald door de bereidheid, beschikbaarheid en bekwaamheid om vrijwilligerswerk te doen. Theoretisch gezien is dit universeel toepasbaar. “Maar”, zegt Lucas, “vooral die bereidheid verschilt per cultuur. In veel Angelsaksische landen staat vrijwilligerswerk synoniem aan ‘unpaid labour’, onbetaald werk om de betaalde krachten te ondersteunen, bijvoorbeeld in het ziekenhuis. Terwijl vrijwilligerswerk voor ons in Nederland meer voelt als iets dat bij je cultuur en gemeenschap (zuil) hoort. Je bent lid van die kerk of vereniging, dus doe je actief mee, punt. Het hoort het gewoon bij.”

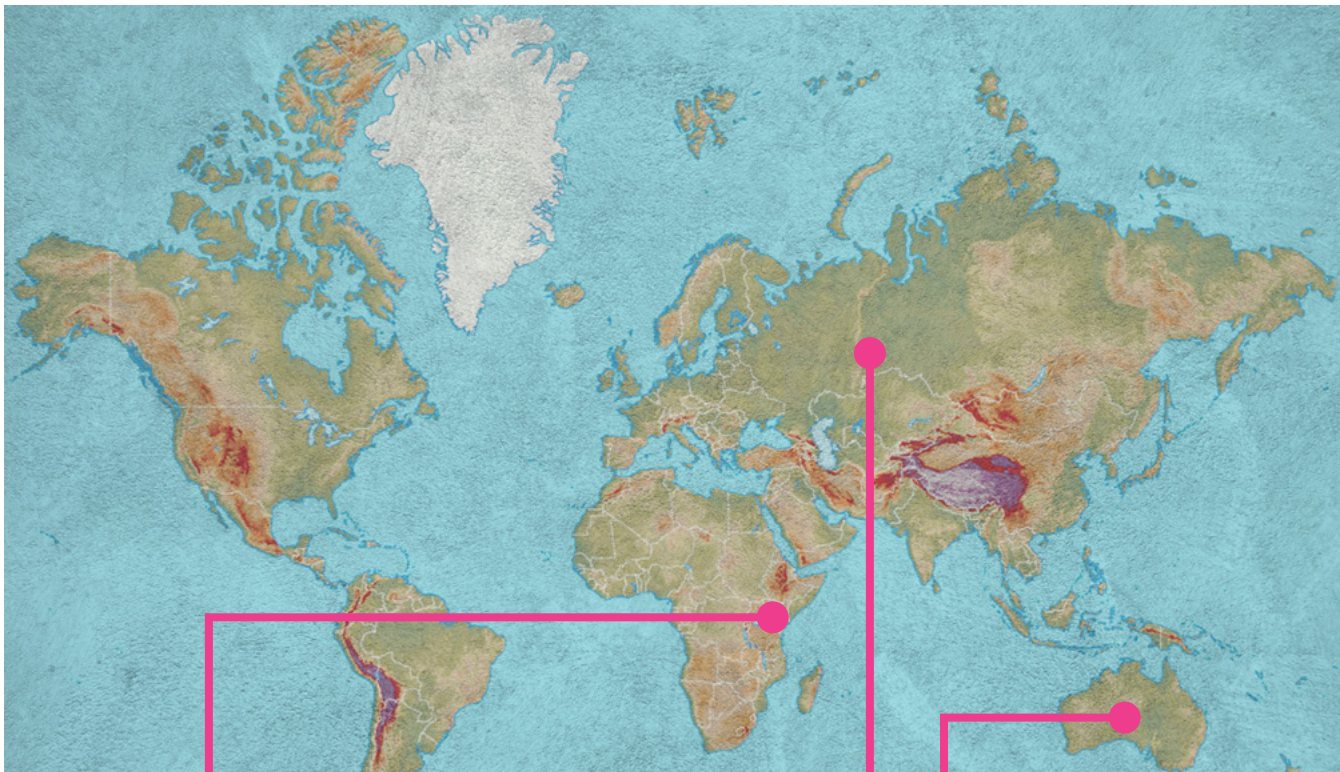
Ook verschilt het per cultuur wat men onder vrijwilligerswerk verstaat. In veel landen draait de scouting op vrijwilligers terwijl in bijvoorbeeld Turkije de scouting veel dichter bij het leger staat. In Amerika doen velen vrijwilligerswerk in ziekenhuizen, terwijl dat in Scandinavië bijna alleen betaalde krachten zijn. “En waar we in het westen het geven van je tijd als een waardevolle vrijwillige bijdrage zien, vinden ze in India bloed doneren veel waardevoller dan tijd die ze in overvloed hebben”, vult Lucas aan.

Massaal toegestroomde vrijwilligers

Wel zijn er wereldwijd enkele trends te ontdekken als het gaat om vrijwilligerswerk. Zo poppen er steeds meer nationaal georganiseerde dagen op, dagen waarop je met een groep vrijwillig kunt inzetten: NL Doet in Nederland, Mandela Day in Zuid-Afrika, Martin Luther King Day of Service in Amerika. En de jonge, gestudeerde middenklasse is vooral verantwoordelijk voor de groei van de tweede trend: ‘evenement fondsenwerving’. Bijvoorbeeld de Ice Bucket Challenge, die aandacht bracht voor de spierziekte ALS, oorspronkelijk ontstaan in Amerika en vervolgens een wereldwijde hype. Lucas: “Een derde trend is de ‘disaster volunteering’, je actief en vrijwillig inzetten na een ramp. Zoals het helpen van vluchtelingen op Lesbos, of de massale onverwacht toegestroomde vrijwilligers uit eigen land na de aardbeving in Japan (1995).”

Positief activisme

Jongeren doen elkaar altijd na. Dus dankzij de digitalisering en de globalisering waaien al die trends over van land tot land



KENYA

Een land dat lang afhankelijk is geweest van donaties en vrijwillige hulp van buitenaf nam zelf de touwtjes in handen tijdens een periode van de ergste droogte in 60 jaar. Met de campagne Kenyans for Kenya (K4K) werd maar liefst 11 miljoen US dollar opgehaald. Het bijzondere is dat ongeveer een kwart van dat bedrag is gedoneerd door Keniaanse individuen, elk 1 US dollar of minder gevend. Voor Kenianen een waardevolle bijdrage, bijdrage en duidelijk een vorm van filantropie en vrijwilligerswerk.

en worden veel meer jongeren bereikt dan vroeger. “Overigens”, vult Lucas aan, “de jeugd is tegenwoordig ook veel individualistischer en dat uit zich wat mij betreft vooral in een positief activisme. Ze zien een probleem en denken: ‘wat ga ik daaraan doen?’ Vervolgens gaan ze zich organiseren en richten ze een social enterprise op, in plaats van af te wachten of te wijzen naar de overheid.”

Postduivenvereniging

Ook al zijn er geen signalen dat de vrijwilligersaantallen achteruit gaan, Lucas denkt wel dat er een en ander zal veranderen in het verenigingsleven, met name het traditionele verenigingsleven, met vrijwillige besturen en organisatoren. “Men heeft geen hulp meer nodig om iets te doen, het is zo makkelijk geworden om iets zelf te organiseren. Een simpel oproepje in de buurtapp levert zo een groep enthousiaste mensen op. Plus, er zijn natuurlijk ook gewoon activiteiten die stoppen. Helaas zie ik de toekomst voor de wandelvereniging en de postduivenvereniging dan ook somber in.” ■

Lucas Meijs is hoogleraar “Vrijwilligerswerk, civil society en ondernemingen” aan de Rotterdam School of Management (RSM), Erasmus Universiteit en verbonden aan het Erasmus Centre for Strategic Philanthropy (ECSP). Zijn vele onderzoeken en publicaties maken hem een expert op het gebied van vrijwilligerswerk en de organisatie van vrijwilligers.

RUSLAND

In communistisch Rusland was vrijwilligerswerk nooit echt vrijwillig. Terwijl senioren in Nederland de grootste groep vrijwilligers vormen doen Russische senioren (vrijwel) geen vrijwilligerswerk. Russische jongeren daarentegen zetten zich wel vrijwillig in. Maar omdat overheid en NwGO's nog altijd niet worden vertrouwd doen ze dat voornamelijk via hun werkgever.

AUSTRALIË

Australië zit qua vrijwilligerscultuur in verenigingsverband tussen Nederland en Angelsaksische landen in. Er heerst een echte verenigingscultuur voor een aantal Australische sporten, zoals Australian rugby, waarbij iedereen van elk niveau de sport kan beoefenen. Die verenigingen draaien dan ook op vrijwilligers. Bij wereldsporten als honkbal werkt het echter meer als in Amerika: alleen het eerste team is belangrijk. Als je na je 12e niet bent geselecteerd voor het eerste team beoefen je die sport eigenlijk nooit meer in georganiseerd verband en stopt ook het vrijwilligerswerk. Overigens draaien de meeste gemeenschappen in Australië op vrijwilligers: als je met zijn twintigen in een heel afgelegen dorp woont, moet je ook met z'n twintigen zien te overleven. Vrijwilliger zijn bij de brandweer is daar dan ook een veelvoorkomende klus, overigens met zoveel groepsdwang die het eigenlijk bijna geen vrijwilligerswerk meer maakt.

De opmars van de corporate vrijwilliger

“Ze staan in de rij om mee te doen”



De tijden dat betaald werk en vrijwilligerswerk strikt van elkaar gescheiden waren liggen achter ons. Vooral grote bedrijven bieden hun werknemers steeds vaker de mogelijkheid om binnen een maatschappelijk programma vrijwilligerswerk te verrichten.
“Medewerkers die als vrijwilliger aan de slag gaan, brengen veel positieve energie mee.”

tekst: Jeroen van der Spek
fotografie: KPN / Arcadis

Corporate volunteering, oftewel vrijwilligerswerk in de tijd van de baas, zit in de lift. De afgelopen vijftien jaar riepen veel grotere bedrijven een stichting of foundation in het leven, waarbinnen werknemers zich een deel van hun werktijd kunnen inzetten voor een goed doel: van hulp bij de voedselbank tot sollicitatietrainingen aan kansarme jongeren. Ook KPN heeft een belangrijke plaats ingeruimd voor corporate vrijwilligers. Jaarlijks zetten ruim 2000 medewerkers zich in voor het KPN Mooiste Contact Fonds, dat kwetsbare groepen verbindt met de samenleving. “Dat doen we op hele verschillende manieren”, vertelt directeur Mark Versteegen. “Bijvoorbeeld door langdurige zieke kinderen die niet naar school kunnen te voorzien van een laptop die in verbinding staat met een beeldscherm in hun klas. Of door middel van de Zilverlijn: een rondreizend callcenter, waar KPN-medewerkers een keer per week met eenzame ouderen bellen. We proberen steeds om met behulp van technologie het sociale contact van kwetsbare groepen te bevorderen.”

Ook Arcadis tikkert aan de weg. Het advies- en ingenieursbureau zette vijf jaar geleden samen met KNHM foundation een ambitieus MVO-programma op, waarin jaarlijks zo'n driehonderd vrijwilligers actief zijn. Lidewij de Haas, Directeur Client Development bij Arcadis: “We begeleiden onder meer talentvolle vluchtelingen in de ToekomstAcademie en helpen bij de organisatie van Arcadia, een techniek- en kunst wedstrijd voor middelbare scholen. En natuurlijk dragen veel medewerkers met hun kennis bij aan een van de vele bewoners initiatieven die KNHM foundation ondersteunt. Het verbeteren van de fysieke en sociale leefomgeving sluit heel mooi aan op ons dagelijkse werk.”

Win-win effect

Onder Arcadis-medewerkers is veel animo voor het programma. Volgens Lidewij heeft vrijwilligerswerk dan ook een positief effect op medewerkers én organisatie. “Mensen worden gelukkig van een ander helpen. En blije medewerkers leveren weer een positieve bijdrage aan je organisatie. Bovendien worden er in onze vrijwilligersprojecten vaak innovatieve concepten ontwikkeld. Die kennis en inspiratie nemen medewerkers weer mee naar hun dagelijkse werk.”

Mark herkent het win-win effect. “Het KPN Mooiste Contact Fonds draagt bij aan het terugdringen van eenzaamheid. En dankzij de projecten van het fonds kan KPN zich nog meer

profilen als hét bedrijf dat mensen met elkaar verbindt. Dat wordt echt in de samenleving herkend. Als je tien jaar geleden op een feestje vertelde dat je voor KPN werkte, fronsten veel mensen hun wenkbrauwen. Nu zeggen ze: wat een prachtige dingen doen jullie; daar moet je veel meer over vertellen.”

De ervaringen van KPN en Arcadis staan niet op zichzelf. Tussen 2007 en 2017 verdubbelde het aantal mensen dat in het bedrijfsleven vrijwilligerswerk verricht van vijftig naar honderdduizend.

Lidewij: “Ik denk dat steeds meer mensen belang hechten aan purpose: het leveren van toegevoegde waarde. Ze zien hun werk niet alleen als een manier om geld te verdienen, maar willen hun kennis en ervaring ook inzetten om de wereld een beetje mooier te maken. Vooral voor jonge werknemers is ons MVO-programma echt een belangrijke reden om voor Arcadis te kiezen.”

Vers bloed

Bij Arcadis mag elke medewerker jaarlijks vier betaalde uren aan vrijwilligerswerk naar eigen keuze besteden. Medewerkers die meedraaien in een project uit het MVO-programma krijgen vier van de vijf dagen ‘vergoed’. Vrijwilligers van het KPN Mooiste Contact Fonds mogen zich jaarlijks gedurende acht uur van hun werktijd ‘vrij roosteren’ voor het programma en doen dat ook massaal. **Mark:** “Het animo is enorm. Als wij via ons intranet laten weten dat we weer mensen zoeken voor een nieuw project, is de aanmeldingslijst binnen een paar uur vol.”

“Blije medewerkers
leveren een positieve
bijdrage aan je
organisatie”



Lidewij: “Dat geldt ook voor onze projecten. Mensen vinden het hartstikke leuk om mee te doen, al brengt dat wel het gevaar met zich mee dat je in projecten steeds dezelfde usual suspects terugziet. We proberen echt om een zo breed mogelijke groep mensen voor het programma te interesseren.” Om ‘vers bloed’ binnen te halen, vraagt Arcadis regelmatig medewerkers die als corporate vrijwilliger actief zijn geweest om als ambassadeur op te treden. **Lidewij:** “Met Valentijnsdag hadden we een interne campagne onder het motto: Ik geef mijn hart aan... In deze campagne konden medewerkers aangeven voor welk project of initiatief ze zich inzetten. Dat heeft weer veel nieuwe collega’s geïnspireerd.” Ook de externe communicatie luistert nauw. De praktijk leert dat veel bedrijven met corporate vrijwilligers terughoudend zijn in het benoemen en uitdragen van hun successen. **Mark:** “Dat herken ik wel. Als je je inzet voor een goed doel en je gaat jezelf vervolgens publiekelijk op de borst kloppen, kan dat heel verkeerd vallen. Twee jaar geleden hebben we voor het KNP-merk Zelf een campagne gemaakt rond een van de activiteiten van het fonds, KlasseContact. Ik was daar zelf best huiverig voor: je inzet voor een goed doel gebruiken voor commerciële doeleinden. Maar er is heel positief op gereageerd. Mensen vinden het mooi wat we doen en het past op een hele natuurlijke wijze bij KPN.”

Gescheiden werelden

Met de opkomst van de corporate vrijwilliger dient zich de vraag aan of corporate volunteering ten koste gaat van de traditionele vrijwilligersinzet. Gaat iemand die in werktijd vrijwilligerswerk verricht, daarna in zijn of haar eigen omgeving nog als vrijwilliger aan de slag?

Lidewij: “Ik denk dat het elkaar niet bijt. Een dag klussen in een wijkgebouw, tuinieren of koffiedrinken met buurtbewoners is een hele andere tak van sport dan het begeleiden van projecten vanuit jouw specifieke deskundigheid.”

Mark: “Voor corporate vrijwilligerswerk krijg je vanuit je arbeidscontract uren. Je hoeft er geen vrije tijd voor op te offeren. Daarom denk ik dat de mensen die voor ons fonds actief zijn, buiten werktijd niet ineens andere keuzes gaan maken. Die blijven gewoon hun bardiensten in het clubhuis draaien.”



Stichting BioManege is een van de Arcadis-projecten tijdens NLDoet

“Het animo is enorm. De aanmeldingslijst is binnen een paar uur vol”



Lidewij de Haas,
Directeur Client Development, Arcadis



Mark Versteegen,
Directeur KPN

Vijf tips voor corporate volunteering:

- Kies een doel dat dichtbij de kernactiviteiten of doelen van het bedrijf ligt.
- Draag het programma intern uit. Vraag vrijwilligers of ze als een ambassadeur over hun ervaringen willen vertellen.
- Voorkom versnippering. Werk waar mogelijk samen met andere corporate foundations en maatschappelijke organisaties.
- Zorg voor bestuurlijke verbinding, door in het bestuur ook plaats in te ruimen voor één of meer directieleden.
- Voorkom de vorming van een vast ‘eliteclubje’. Stimuleer doorstroming en een brede, vertegenwoordiging van het werknemersbestand in de vrijwilligersprojecten.

2021:

Nationaal Jaar Vrijwillige Inzet

Samen laten we een jaar lang aan iedereen zien hoe mooi en hoe belangrijk vrijwilligerswerk eigenlijk is. Hoeveel plezier het je brengt en dat iedereen er voordeel bij heeft. Hoe jammer het voor jezelf is als je (nog) niet vrijwillig inzet. Vrijwilligerswerk is gewoon belangrijk, leuk, je hebt er zelf wat aan en we maken de maatschappij met elkaar weer wat mooier. Kortom: je bent gek als je het (nog) niet doet! —

Flex·wil·li·ger: (de; m,y; meervoud: flexwilligers)

1. Een vrijwilliger die zich inzet op een eigen gekozen moment, bij een eigen gekozen project.

Bij VraagApp bijvoorbeeld bepalen vrijwilligers zelf of ze tijd, zin en de capaciteiten hebben om te helpen; ze kunnen op ieder moment stoppen met het werk en ze kunnen het doen op iedere plek waar ze maar zijn.

www.vraagapp.nl



leestip

Handboek vrijwilligers- management

Vrijwilligers managen is een vak!

Vrijwilligers vervullen cruciale rollen in organisaties en in de samenleving. Er wordt meer inzet van burgers verwacht en steeds meer vrijwilligers zijn hoog opgeleid en ervaren. Bovendien verschijnen er continu nieuwe vormen van vrijwilligerswerk en wordt vrijwilligerswerk vaker door de overheid ingezet als middel om kwetsbare burgers te laten participeren. Het Basisboek vrijwilligersmanagement biedt de kennis die coördinatoren en professionals nodig hebben om vrijwilligers te kunnen aansturen, begeleiden en ondersteunen. De auteurs, werkzaam bij Movisie, behandelen het onderwerp vrijwilligersmanagement vanuit verschillende invalshoeken en verbinden de theorie met praktijkvoorbeelden uit diverse werkvelden.

Basisboek Vrijwilligersmanagement –
WJ de Gast en R Hetem —



Trend: de nieuwe vrijwilliger ...

- ... is minder snel gebonden aan de organisatie
- ... is op zoek naar kortdurend en projectmatig vrijwilligerswerk
- ... wil zich op zijn/haar eigen gekozen moment en tijdstip inzetten
- ... wil iets leren en leuke dingen doen combineren
- ... wil minder uren besteden aan vrijwilligerswerk
- ... organiseert zich voornamelijk op digitale platforms zoals WhatsApp, Facebook en NLvoorelkaar.nl
- ... doet steeds vaker aan corporate volunteering
- ... denkt goed na voordat ze aan vrijwilligerswerk beginnen. Zijn ze er eenmaal aan begonnen, dan is de commitment wel net zo groot —



Vrijwilligerswerk: van ‘on-schatbare’ waarde?

Vrijwilligers zijn van onschatbare waarde voor de samenleving. Dat weet iedereen. Maar is die waarde echt ‘onschatbaar’? Of valt die best te bepalen? Waarom zou dat eigenlijk moeten? De behoefte aan ‘bewijs’ van de waarde van vrijwilligerswerk neemt toe, zoveel is zeker.

tekst: Els Wiegant
fotografie: Istockphoto

Lange tijd was die behoefte er niet of nauwelijks. Je weet toch genoeg als je een lach op een droevig gezicht ziet doorbreken? Sinds de jaren tachtig is daar verandering in gekomen. De introductie van de Wmo in 2007 (en later nog eens in 2015) versnelde dat proces. Door de decentralisatie van overheidstaken, gepaard met bezuinigingen, groeide het belang van vrijwilligerswerk. Dat leidde onder meer tot een toenemende vraag naar meting van de waarde die vrijwilligerswerk voor de samenleving heeft, ook wel het maatschappelijke effect of impact genoemd.

“Gemeenten willen weten wat hun investeringen opleveren en vragen vrijwilligersorganisaties om de waarde van hun activiteiten te meten”, zegt Ronald Hetem, adviseur bij Movisie, het landelijk kennisinstituut voor een samenhangende aanpak van sociale vraagstukken. “Vaak hebben ze doelstellingen geformuleerd, waaraan de vrijwilligersactiviteiten een positieve bijdrage moeten leveren. Die moet worden aangetoond.”

Niet alleen bij gemeenten leeft die wens. Juist omdat de overheid zich terugtrekt, hebben vrijwilligersorganisaties en bewonersinitiatieven dikwijls financiering nodig van fondsen of bedrijven. Ook zij hebben een focus en hanteren criteria ten aanzien van hun donatiebeleid.

“Ze willen zoveel mogelijk impact maken binnen het domein van hun missie en wegen dus af welke activiteiten daar het meeste aan bijdragen. Ze willen ‘waar’ voor hun geld”, zegt Saskia van Alphen, adviseur bij KNHM Participaties. Dit programma van KNHM foundation en VSBfonds ondersteunt bewonersbedrijven onder andere met leningen, advies en methodieken om hun impact zichtbaar te maken. Bewonersbedrijven zijn sociale ondernemingen die worden gedreven door bewoners, bijvoorbeeld om van een leegstaand schoolgebouw een ontmoetingsplek voor dorpsbewoners te maken.

Leuk, lonend of ‘juist’

Hoe doe je dat, de waarde of impact van vrijwilligerswerk meten? Een commercieel bedrijf kan zijn resultaten in omzet en winstcijfers uitdrukken, maar bij vrijwilligerswerk draait het niet (alleen) om geld. Bovendien hangt het ervan af voor welke partij je die waarde wilt bepalen: de vrijwilliger zelf, de persoon of organisatie die de vrijwillige inzet ‘incasseert’ of de samenleving als geheel.

Op het niveau van de individuele vrijwilliger is het niet zo moeilijk. **Ronald:** “Iemand doet vrijwilligerswerk omdat het leuk, lonend of ‘juist’ is. Dat laatste gaat over morele waarden: het gevoel een goed mens te zijn. Die eerste twee – leuk en lonend – zijn de laatste jaren belangrijker geworden. Vrijwilligerswerk staat goed op je cv, je bouwt een sociaal netwerk op en krijgt er kennis en ervaring door. Hoe meer je er als mens aan overhoudt, hoe groter de waarde.” Voor de individuele ‘incasseerder’ (ontvanger) is de waarde ook duidelijk. **Ronald:** “In het één-op-één-contact zijn mensen vaak erg geholpen met hulp.”

“Hoe meer je er als mens aan overhoudt, hoe groter de waarde”

Voor een ‘incasserende’ organisatie zit de waarde erin dat activiteiten of diensten tot stand komen die er zónder de vrijwilliger niet zouden zijn. Geen voetbalwedstrijd zonder scheidsrechter, geen muziekkuitvoering zonder orkestleden, geen museumrondleiding zonder gids en geen afvalopruiming zonder milieuactivist.

Ongrijpbaar

Lastiger is het om te bepalen wat de waarde of impact van vrijwilligerswerk is voor de samenleving als geheel. **Ronald:** “Je kunt niet aan een persoon of organisatie vragen: wat levert het je op? Je moet die vraag stellen aan iedereen, aan ons allemaal. Dan wordt het ongrijpbaar.”

Er bestaan wel allerlei methodieken om waarde en impact te meten. Zo inventariseert de ‘inputmethode’ de hoeveelheid arbeid die in vrijwilligerswerk wordt geïnvesteerd, vermenigvuldigd met een inkomen dat daarmee zou worden verdiend. Dat levert een indicator op voor de economische betekenis van het vrijwilligerswerk. Met een andere methode worden de kosten tegen de baten afgezet: hoe groot zijn de investeringen, wat brengen die in geld uitgedrukt op en wat is dan het verschil met als je zo’n activiteit achterwege zou hebben gelaten?

Overheden, organisaties, fondsen en bedrijven hanteren niet dezelfde methodieken en het is vaak zoeken naar eentje die bij ze past. KNHM Participaties bijvoorbeeld maakt gebruik van de EffectenArena. Dat is een hulpmiddel om de maatschappelijke effecten van je activiteiten bloot te leggen (wat doe je en welk effect heeft dat op betrokkenen?), aan te wijzen welke partijen investeren (wie doet er mee en brengt wat in?) en welke partijen er de vruchten van plukken (welke ‘incasseerders’ hebben er profijt van?).

De antwoorden worden verkregen in een sessie waaraan – in het geval van KNHM Participaties (ook andere organisaties gebruiken de EffectenArena namelijk) – bestuursleden van het bewonersbedrijf en andere betrokkenen deelnemen, zoals een gemeenteambtenaar, vrijwilliger of bewoner. **Saskia:** “Door alles in kaart te brengen krijg je een beter beeld van wat je wilt bereiken op het maatschappelijke vlak. Het helpt bovendien om focus te krijgen en dat is belangrijk, want je budget en de tijd van vrijwilligers zijn beperkt. Dat iedereen bij elkaar zit, werkt verbindend én verhelderend. Een bewoner kan beter zélf vertellen welk effect een initiatief op hem heeft of zal hebben.”

Movisie hanteerde in het verleden een methodiek die één cijfer als indicator voor de impact opleverde. **Ronald:** “Maar als niemand die methodiek kent, zegt zo’n cijfer niet zoveel. Dus zijn we weer gewoon gaan tellen: hoeveel vrijwilligers, hoeveel ontvangers et cetera.”

KNHM Participaties gaat dit jaar een impactevaluatie van het eigen programma doen. **Saskia:** “Bewonersbedrijven vervullen een spilfunctie tussen de systeemwereld van gemeenten en officiële instanties aan de ene kant, en de leefwereld van burgers aan de andere kant. Door middel van onderzoek willen we de waarde of impact van ons programma precies in kaart brengen.”

“Voor sommige dingen moet je gewoon tijd maken”

Handtekeningen verzamelen voor de Oekraïense LGBTI activiste Vitalina Koval of een Syrische vluchteling op Pinkpop en Lowlands. Een kolfje naar de hand van **Karen van der Ploeg (25)** uit Amsterdam, vrijwilligerscoördinator bij Amnesty.

tekst: Karin Wesselink
fotografie: VVB Fotografie John Voermans

“Ik vond het fijn om eens niet met mijn hoofd bezig te zijn, maar praktisch. En me tegelijkertijd voor mensenrechten in te zetten”, vat Karen haar keuze voor een stage bij Amnesty International drie jaar geleden samen. Een organisatie op haar lijf geschreven, want tegen oneerlijkheid kan ze niet en gelijkwaardigheid staat bij haar met stip op één. Daarnaast sluit het ook nog eens perfect aan bij haar studie internationale betrekkingen en haar afstudeerscriptie over vrouwenrechten in Saoedi-Arabië. “Ik maak mensen er graag bewust van dat we het in Nederland best goed hebben.” Een beetje zendingsdrang is haar dan ook niet vreemd. “Ik dacht vroeger van niet, maar ik realiseer me nu dat ik best in een bubbel zit. Veel vrienden zijn maatschappelijk bewust en betrokken.”

Sinds september werkt ze als trainee bij de griffie van provincie Flevoland waar ze zich onder andere bezighoudt met jongeren betrekken bij politiek. “Ik ga er nu achter komen of mijn vrijwilligerswerk te combineren is met een 40-urige werkweek, want dat is nieuw voor me. Wat wel al scheelt, is dat ik het coördineren nu met iemand samen doe. Dan ben je voor de helft verantwoordelijk en dat is fijn.” Karen houdt

zich nu bijvoorbeeld minder bezig met de werving en selectie van vrijwilligers die meegaan naar de festivals.

“Een draaiboekje of een schema maken in mijn vrije tijd, dat is prima te doen. En dat het vrijwilligerswerk in een piek is, scheelt ook. Ik neem gewoon wat vrije dagen op rond de festivalweekenden.”

Een ander voordeel is dat ze al vaker met dit bijltje heeft gehakt. “De eerste keer was ik bloednervus en moest ik na het festival lang bijkomen. Dat zal nu niet nodig zijn.” Het enige nadeel is dat ze de privileges van haar vrijwilligerswerk op andere festivals moet missen, zoals het backstage kunnen, op een rustigere camping staan en een schone douche hebben.

Toch loopt Karen er regelmatig tegenaan dat vrije tijd schaars is. Daarom heeft ze haar bestuursfunctie van de volleybalvereniging neergelegd. Dat opgeven was best een dilemma, want het hoort er volgens haar wel echt bij als je bij een sportvereniging zit. “Die draait op vrijwilligers, maar het wordt steeds lastiger om die te vinden. Ik denk dat het bij vrijwilligerswerk scheelt als het kleine, overzichtelijke taken zijn. Voor steeds meer mensen wordt het moeilijk om zich voor een langere tijd aan een

verantwoordelijke taak te verbinden. Aan de andere kant: voor sommige dingen moet je ook gewoon tijd maken. Als ik ergens iets van kan leren, snijdt het mes aan twee kanten. Dat vind ik bij alles wat ik doe belangrijk: ik ben heel leergierig.” Soms speelt ze wel eens met de gedachte om meer vrijwilligerswerk te gaan doen. “Maar als ik nu al een dag minder ga werken, wat zegt dat dan over mij tegenover mijn werkgever?” Eigenlijk vindt ze dat het nu de fase is om in haar carrière te investeren en misschien heeft ze al wat teveel hobby's. “Ik ben soms wel druk, ja.” ■

“Ik maak mensen er graag bewust van dat we het in Nederland best goed hebben”



Amnesty International

Amnesty International Nederland staat elk jaar op verschillende festivals, van Lowlands tot de Zwarte Cross. Er is dan altijd een groep vrijwilligers aanwezig die actie voert voor mensenrechten uit naam van Amnesty.

Ze halen handtekeningen op en vertellen over het werk van Amnesty. Deze vrijwilligers zijn meestal tussen de zeventien en vijfendertig en ze hebben één of meerdere coördinatoren die voorafgaand aan de festivals voorbereidend werk doen, zoals

Karen. Ze selecteren onder meer de vrijwilligers uit de aanmeldingen en maken een rooster voor tijdens het festival.

www.amnesty.nl



KNVB's Back2Basics: verenigingen in beweging

De wereld rondom de sportvereniging is veranderd. Was het vroeger vanzelfsprekend dat je als lid meehielp om de club te laten bloeien, tegenwoordig gedragen leden zich meer als klant. Ze willen wel iets doen, maar dat mag vooral niet te ver af staan van hun eigen plezier. Clubs worstelen daardoor om vrijwilligers te vinden. Toch zijn er sportclubs die tegen deze stroming in floreren: zij groeien als kool, hebben betrokken vrijwilligers én weten nieuwe leden aan zich te verbinden.

Wat is hun geheim? **Berend Rubingh** (organisatieadviseur) en **Sjors Brouwer** (programmamanager KNVB) gingen op onderzoek uit en ontdekten gaandeweg steeds meer succesfactoren die zij bundelden in de filosofie Back2Basics. “Het gaat niet om organisatiekunde, maar om verenigkunde.”

tekst: Mariska Lokker
fotografie: Istockphoto, Hollandse Hoogte / Patrick Post



Sjors: “Ik was in die tijd bij de KNVB bezig met verenigingsondersteuning binnen het overheidsprogramma ‘Tijd voor sport’. Ik leidde het programma waarbij 200 verenigingen intensieve ondersteuning kregen op het gebied van processen. Na verloop van tijd kreeg ik echter twijfel: heeft het wel zin wat we nu aan het doen zijn? Berend bekeek de vereniging net als ik vanuit een organisatiekundig en veranderkundig perspectief. Onze gezamenlijke inzichten en onderzoeken evolueerden uiteindelijk in Back2Basics.”

Back2Basics is een filosofie waarbij de vraag centraal staat ‘Waar gaat het bij het verenigen ook alweer om?’ De methode helpt verenigingen om te ontdekken wat hun bestaansgrond is en geeft

bestuurders en ondersteuners praktische tips en inzichten bij het leiden of ondersteunen van een (sport)vereniging. De KNVB was zo enthousiast over Back2Basics dat zij het graag onder de aandacht van alle 3000 voetbalclubs wilde brengen. Dit resulteert in een razend populair filmpje waarin de filosofie van Back2Basics wordt uitgelegd. “De kern van onze bevindingen was dat we teveel oplossingen zijn gaan zoeken bij het bedrijfsleven en dat hapert”, verklaart Sjors het succes van Back2Basics. “De kracht van een vereniging, in welke vorm dan ook, gaat juist om het intrinsiek verenigen van mensen met elkaar. We zijn een beetje vergeten hoe dat gaat, omdat we zo gefocust zijn geweest op het economische resultaat.”



“Zeg dat het gezellig is om bij de club iets te doen, of zinvol”

Berend: “Ik geef vaak het voorbeeld van mijn verjaardag. Die organiseer ik ook niet economisch, efficiënt of effectief. Maar het is wel heel gezellig! Verenigingen zijn geen bedrijven, dus het heeft ook geen zin om een vereniging efficiënt te laten zijn.”

Uit jullie onderzoek blijkt dat de wil om vrijwilligerswerk te doen op zich niet is afgenomen. Maar toch is het voor veel clubs en verenigingen moeilijk om vrijwilligers te vinden en vooral te behouden. Wat is jullie verklaring daarvoor?

Berend: “Het lastige is dat in het woord vrijwilligerswerk een paradigma zit. Het is namelijk helemaal geen ‘werk’. Het is betrokkenheid. Als je iets écht heel leuk vindt, of je bent er vanuit je hart bij betrokken, dan vind je het vaak geen enkel probleem om daar iets voor te doen. Het probleem is alleen dat be-

stuurders vaak zeggen: ‘okay, we gaan nu mensen werven voor deze functie’. En dan stap je in de bedrijfskundige val, want dan volgt er een functieprofiel met eisen. Vind je het gek dat je niemand vindt? Weg met dat profiel. Zeg dat het gezellig is om bij de club iets te doen, of zinvol. Of dat je met elkaar zoekt naar een oplossing voor een gezamenlijk probleem. Hoe dan ook: noem het géén werk.”

“Wat je wilt is betrokkenheid van mensen”, beaamt Sjors. “Dat betekent dat je veel meer op gevoel en emotie moet zitten. En op waarden als waar staan wij voor?”

Dat zijn vooral zachte waarden of soft skills. Is dat niet lastig voor een zakelijke bestuurder?

Berend: “Ja, dat is het. Maar nogmaals, een vereniging is géén bedrijf. Bestuurders voelen vaak urgentie als er iets geregeld moet worden. Dan gaan ze in een autoritaire positie zitten om het snel op te lossen. Terwijl je juist andere mensen enthousiast moet maken om dingen op te pakken en zelf op te lossen. Zodat je het zelf los kunt laten. Dat vraagt om hele andere leiderschapskwaliteiten.”

Kun je dan toch een parallel trekken met het bedrijfsleven waar zelfsturende teams en soft skills ook steeds meer ruimte krijgen?

Sjors: “De overeenkomst is dit: intrinsiek gemotiveerde mensen. Die wil je zowel in het bedrijfsleven als in je vereniging. Het is gewoon makkelijker om mensen te motiveren als ze ergens in geloven. Ik denk dat wat wij aanreiken

met Back2Basics ook voor mensen in het bedrijfsleven interessant is.”

Back2Basics start met de vaststelling dat geen enkele vereniging hetzelfde is en dat er geen standaard oplossing is. Om goed te functioneren gaat het erom om alle energie en kracht binnen en om de vereniging aan te boren. De aanpak is vervolgens gebaseerd op het dogma: ‘je kunt iemand alleen helpen door hem te leren zichzelf te helpen.’ Daarin kan Back2Basics ondersteunen door neutrale procesbegeleiders uit hun netwerk te koppelen aan sportverenigingen. “We geven mensen geen vis, we leren ze vissen”, legt Sjors uit. Ze moeten het zelf kunnen. Dat is de fundering van onze methode; het is allemaal gebaseerd op zelf leren, co-creatie en waarderend onderzoek.”

Wat gebeurt er precies als een club met Back2Basics start?

Berend: “We stellen drie vragen: Wat zijn jullie karaktereigenschappen? Wat onderscheidt jullie van andere verenigingen? En wat gaat hier nooit veranderen? Die vragen bespreken we met een mix van trainers, ouders, bestuurders, commissieleden en spelers. Met elkaar beantwoorden die drie vragen. Op die avond wordt de club eigenlijk opnieuw uitgevonden en er ontstaat nieuwe energie. Zo ontstaat het proces om terug te komen naar het fundament van de vereniging: ‘Waarom zijn we er en doen we wat we doen?’. Na het beantwoorden van deze vragen hebben we het verhaal van de club scherper. En dan gaan we kijken: wat is hier nou de ideale club? Hoe ziet dat eruit? En dan gaat het niet om ‘dan spelen we op hoofdklasse niveau’ maar om gedrag: hoe gaan we dan met elkaar om? De derde stap is een concrete actielijst: hoe gaan we dit aanpakken en wie gaat wat doen?”

Wat gebeurt er als een club zich minder richt op organisatie en structuur en meer op gezelligheid of een positieve vibe?

Berend: “Een hockeyclub houdt nu bijvoorbeeld een introductiedag voor alle nieuwe leden. De voorzitter vertelt waarom de club zo leuk is en wat ze belangrijk vinden. Iedereen wordt oprecht verwelkomd met de woorden: vanaf nu hoor jij ook bij ons. Vervolgens gaan ze het hele clubterrein af.

De kantine, kleedkamers, trainers, scheidsrechters, tot aan het washok toe. Iedereen wordt voorgesteld en daarna gaan ze gezellig borrelen. Nieuwe leden vinden dan altijd wel iemand met wie ze een klik hebben. Volgens deze voorzitter zie je na een half jaar dat mensen



Bekijk ook de video van Back2Basics online:
www.youtube.com/KNVBback2basics



zich er helemaal instorten en enorm actief zijn óf ze doen af en toe iets: en dat is ook prima. Het gaat erom dat iedereen zich er thuis voelt. Dan volgt de rest vanzelf.”

Dat klinkt eigenlijk heel eenvoudig...

Sjors: “Maar dat is het ook! Het is vooral een kwestie van het accent verleggen van bedrijfsmatig naar menselijk. Maak het leuk, gezellig, informeel. En onderken dat iedereen het beste voor heeft met de club.”

Berend: “Punt is dat mensen vaak vergeten zijn wat de gezamenlijke uitgangspunten waren bij de start van de club. De organisatie is de boventoon gaan voeren en dan komen daar vaak individuele belangen bij. Dat maakt het alleen maar ingewikkeld. Terwijl een vereniging vaak ooit gestart is op basis van vriendschap en verbintenis: niet eens per se om de sport.”

Denken jullie dat Back2Basics ook de jongere generatie aanspreekt?

Sjors: “Jongeren van nu worden gedreven om betekenis te geven aan het leven. Maar waar worden ze op aangesproken? ‘Ga deze en deze activiteit doen.’ Deze generatie voelt zich daardoor helemaal niet geraakt. Dát is de uitdaging voor hedendaagse besturen van verenigingen. Vroeger hoorde je bij een stroming in de maatschappij en daar ontleende je betekenis aan. Dus als je katholiek was, dan ging je naar de katholieke sportvereniging en dan ging je je daar voor inzetten. Omdat dit nu niet meer het geval is moet je als vereniging veel duidelijker maken en zelfs expliciet aangeven waarom het zo betekenisvol is om je in te zetten. Clubs die dat wel doen lukt het dan ook prima om jonge mensen te werven.”

“Het gaat erom dat iedereen zich er thuis voelt”



RAFE
 Respect | Acceptatie | Fatsoen | Eerlijkheid

Rotterdam United: “Menselijke waarden zijn belangrijk”

De voetbalclub SV Jai Hind veranderde een paar jaar geleden haar naam naar Rotterdam United. Niet als gevolg van een fusie, maar omdat het bestuur met een haarscherpe filosofie besloot een nieuwe weg in te slaan. Bestuurslid Simon Kalika vertelt wat er is veranderd.

“Onze club had een lastig vertrekpunt. In Rotterdam West wonen veel verschillende etnische groepen. Er is nul homogeniteit, nauwelijks gemene delers. Daarnaast zitten we in een wijk met veel armoede, schoolverlaters, tienermoeders, werklozen en mensen met verschillende geloofsovertuigingen. Hoe verbind je dat allemaal met elkaar? Voetbal mag dan wel de rode draad zijn, maar dat is niet genoeg. Want iedereen neemt zijn eigen achtergrond mee: taal, eten, drinken, omgangsvormen. Daarom wilden we het anders aanpakken. We bedachten het model RAFE, dat staat voor Respect, Acceptatie, Fatsoen en Eerlijkheid. Op basis daarvan willen we met elkaar omgaan. We hebben dit eerst in een klein groepje van trainers, spelers, bestuursleden en ouders met elkaar besproken. Welk gedrag hoort bij RAFE? Dat je elkaar bijvoorbeeld altijd een hand geeft als je het veld opkomt en dat je beleefd blijft tegen de scheidsrechter. RAFE begint dus al bij de allerkleinsten. Maar ook respect voor mensen die de taal niet machtig zijn. Het heeft ons veel opgeleverd: we groeien als kool en hebben zelfs een ledenstop op de meidenteams moeten instellen. Ons geheim? Iedereen telt mee en iedereen wordt gehoord. We hebben de focus verlegd naar verbinding. Menselijke waarden zijn belangrijk: niet alleen voor de club, maar voor de hele wijk. Bij Rotterdam United draait het niet alleen om de sport, maar echt om verbinding met elkaar. En daar plukt iedereen de vruchten van.”

www.svjhr.nl

Vrijwillige Inzet Goed Geregeld

Goed vrijwilligersbeleid? Test het zelf!

Gaan we goed met onze vrijwilligers om? Zijn ze voldoende geïnformeerd en ingewerkt? Voldoen we aan de wettelijke regels? Voor organisaties die zichzelf dit soort vragen stellen biedt NOV het hulpmiddel Zelfevaluatie, een online tool waarmee je systematisch in kaart brengt hoe de zaken zijn geregeld. Opgaan voor het keurmerk is een mogelijke vervolgstap.

tekst: Arghje de Sitter
fotografie: Istockphoto

“De Zelfevaluatie is een praktische tool die helpt bij het maken van vrijwilligersbeleid of om de huidige stand van zaken onder de loep te nemen. Je doorloopt de stappen en zorgt dat je de afspraken beknopt op papier hebt staan”, legt Sanne van Viegen Looyé (NOV) uit. “Deze test bestaat al 10 jaar, maar we hebben hem onlangs gedigitaliseerd en compacter gemaakt, hij is bijna gehalveerd! Dat maakt hem toegankelijk en laagdrempelig. De online tool (die je ook op papier kunt invullen) is verrijkt met tips en links naar voorbeelden en nadere informatie.” Alle thema’s komen langs. Sanne: “Als je dit op een rij hebt, dan is je basis vrijwilligersbeleid op orde. Met deze tool laten we zien dat het eigenlijk best overzichtelijk is. Het werkt als een complete checklist, dus je hoeft het wiel niet uit te vinden.” De voornaamste waarde van de hele tool is juist dit proces van reflectie: samen met elkaar werken aan kwaliteit. “Dat kun je ook structureel invoeren, bijvoorbeeld jaarlijks. Dan weet je of je nog steeds goed bezig bent. Want organisaties die hun vrijwilligersbeleid serieus nemen, versterken daarmee de betrokkenheid en het werkplezier van vrijwilligers.”

De Zelfevaluatie

Een Zelfevaluatie doe je in een (of meer) kleine, representatieve groep(en) van vrijwilligers (waarbij ook coördinatoren, managers of anderen kunnen aansluiten), die elk voor zichzelf de vier onderdelen invullen. In een volgende bijeenkomst bespreekt de groep de scores, want ze moeten tot één Zelfevaluatie komen voor de hele organisatie. Er zijn vier onderdelen met in totaal 31 meerkeuzevragen die het hele spectrum omvatten van visie en beleid via randvoorwaarden en de praktijk tot aan de evalueren en leren. Op basis van deze uitkomst zien de deelnemers waaraan ze nog kunnen werken. Na drie maanden gaan ze over die ontwikkelpunten weer met elkaar in gesprek.

Keurmerk

Kers op de taart is het Keurmerk Vrijwillige Inzet Goed Geregeld. Behalve een ‘stempel’ is dat ook een erkenning voor het traject op maat dat dan is doorlopen, want behalve de Zelfevaluatie bestaat dat uit begeleiding door een Goed Geregeld Adviseur en een onafhankelijke beoordeling. Het Keurmerk is 4 jaar geldig en werkt als een stok achter de deur: door dit om de 4 jaar te doen onderhoud je het kwaliteitspeil van je vrijwilligersbeleid. Er zijn ook gemeentes die het keurmerk zien als een pre voor subsidieverlening.

“Samen met elkaar werken aan kwaliteit”

Spiegel voor de vereniging

Renee Bisschop, voorzitter Scouting Sint Joris in Breda: “Wij hebben 2 jaar geleden het hele traject gedaan en als eerste scoutingvereniging in Nederland het keurmerk binnengesleept. Een feestje, inclusief bobo’s! Het keurmerk heeft (nog) geen effect op de werving van vrijwilligers, maar ik vind de Zelfevaluatie op zichzelf al erg zinvol omdat je het met z’n allen doet. Ik weet wel dat die processen in mijn hoofd zitten, maar hoe is dat bij die nieuwe vrijwilliger? Daar kom je samen achter. Ik doe over 2 jaar graag weer mee!”

Bij ons is duidelijk hoe we vrijwilligers werven en selecteren

- Ja, we doen het in de praktijk én het staat op papier
- Ja, we doen het in de praktijk
- Nee, niet geregeld
- Weet ik niet
- Niet van toepassing

Wanneer vrijwilligers bij ons actief zijn is er een vast aanspreekpunt die hen opvangt, inwerkt en begeleidt

- Ja, we doen het in de praktijk én het staat op papier
- Ja, we doen het in de praktijk
- Nee, niet geregeld
- Weet ik niet

Bij ons is (indien van toepassing) duidelijk welke taken en verantwoordelijkheden de beroepskracht heeft en welke de vrijwilliger

- Ja, we doen het in de praktijk én het staat op papier
- Ja, we doen het in de praktijk
- Nee, niet geregeld
- Weet ik niet
- Niet van toepassing

Voorbeeldvragen uit de Zelfevaluatie



Wij vragen vrijwilligers die vertrekken om feedback en leren daarvan

- Ja, we doen het in de praktijk én het staat op papier
- Ja, we doen het in de praktijk
- Nee, niet geregeld
- Weet ik niet

Lees meer over de zelfevaluatie op www.vrijwilligeinzetgoedgeregeld.nl.

“Vrijwillig betekent niet vrijblijvend”

Als je langs het kantoor van ViiA in Amsterdam-Oost loopt, denk je gelijk: een uitzendbureau. Een vrolijke display met vacatures achter het raam, modern kantoormeubilair, een hip logo. ViiA is ook een uitzendbureau, maar geen gewoon. Want ViiA bemiddelt niet naar een betaalde baan, maar naar vrijwilligerswerk. “Wij kijken vooral naar wat de vrijwilliger wil, en wat daarbij past.”

tekst: Els Wiegant
 fotografie: De Beeldredactie

Gaat je kind naar school of op hockey, dan is de kans groot dat je op enig moment wordt gevraagd te helpen. Dat kan je ook gebeuren via je werk, je sportvereniging of de nieuwbouwwijk waar je naartoe bent verhuisd. Menigeen roetsjt via zo'n 'glijbaan' het vrijwilligerswerk in, zoals hoogleraar Burgerschapskunde Evelien Tonkens het ooit noemde. Voor degenen die zo'n glijbaan niet hebben, is er ViiA. “Zonder een bemiddelende organisatie als de onze vinden zij dat werk vaak niet. Mensen lopen hier regelmatig langs en vinden het prettig om iets in hun eigen buurt te doen. Ze vinden het ook fijn dat wij als buffer tussen hen en de hulpvrager zitten”, constateert Nynke Ypenga, de directeur van ViiA.

Kritischer

Het belangrijkste streven voor het uitzendbureau is om zoveel mogelijk aan te sluiten bij de kwaliteiten en wensen van (potentiële) vrijwilligers. Vooral de wensen zijn tegenwoordig wel een beetje anders dan vroeger, weten Nynke en vrijwilligerscoördinator Samira Rabih Senhaji. Zij zegt: “Mensen zijn kritischer. Ze denken goed na voordat ze aan iets beginnen. Maar zijn ze er eenmaal mee begonnen, dan is hun commitment vaak wel net zo groot.” Nynke vult aan: “De tijd die mensen hebben, is tegenwoordig beperkter. Vrijwilligerswerk moet dus in hun schema passen, aantrekkelijk zijn en ze een goed gevoel geven. Als organisatie

kun je niet alleen zeggen: we zoeken een vrijwilliger die de wc's wil schoonmaken. Waarom zou iemand dat willen doen in zijn schaarse vrije tijd? Ons advies is: maak het werk léuk, laat je waardering blijken. Daar hameren we ook op: zorg goed voor je vrijwilligers. Jongeren zijn overigens vaak heel idealistisch gedreven. Hoogopgeleid, veilig opgevoed, zij willen de wereld echt verbeteren.”

Samira, die de gesprekken met potentiële vrijwilligers en hulpvragers voert, zegt: “Een vrijwilliger heeft iets te bieden. Een hulpvrager heeft iets nodig, maar óók iets te bieden. Daar vragen we bij beide partijen naar, en op basis daarvan maken we een match.” In die persoonlijke match is ViiA uniek, vinden Nynke en Samira. Nynke: “Hulpvragers zijn zich vaak niet eens meer bewust dát ze iets te bieden hebben. Zo vol zitten ze met wat ze níét meer kunnen. Maar iedereen heeft wel een talent of een interesse die hij met een vrijwilliger kan delen; modeltreinen bijvoorbeeld of radio luisteren, of lekker klessebessen.”

Niet gratis

Ook al is onbetaald werk het 'verkoopproduct', in veel opzichten functioneert ViiA als een commercieel bedrijf. Nynke, zelf met een achtergrond in bedrijfskunde, heeft vanaf het begin een frisse, professionele organisatie willen neerzetten. Zo wordt van vrijwilligers commitment gevraagd, want 'vrijwillig' betekent niet 'vrijblijvend'. Coaches

hebben eens per half jaar contact met de vrijwilliger om te kijken of alles goed loopt.

De sponsors op hun beurt, vooral de gemeente, eisen in toenemende mate een bijna bedrijfsmatige verantwoording over resultaten en impact van het vrijwilligerswerk. Dat begon met de vraag om cijfers. Nynke: “We hebben een goed systeem, dus die kunnen we altijd ophoesten. We weten precies hoeveel vrijwilligers we hebben, hoe die populatie is samengesteld en wat ze doen.”

Omdat cijfers weinig over gevoel zeggen, moesten daar op enig moment verhalen van vrijwilligers aan worden toegevoegd. Volgende 'verantwoordingstool' was een kosten-batenanalyse, die in 2014 door een onafhankelijk bureau werd opgesteld. “Daaruit bleek dat tegenover elke euro die wordt geïnvesteerd, maatschappelijke baten staan ter waarde van 1,4 euro. Nu is dat zelfs meer dan 1,8 euro geworden”, constateert Nynke niet zonder trots.

De laatste vraag vanuit de gemeente – wat vinden vrijwilligers, opdrachtgevers en samenwerkingspartners eigenlijk van jullie? – heeft ViiA beantwoord met een tool, waarmee mensen hun mening op de website kunnen achterlaten.

“Ik krijg wel eens de indruk dat wordt vergeten dat verantwoording afleggen veel tijd, en dus geld, kost”, zegt Nynke. “Ja”, vult Samira aan, “vrijwilligerswerk is echt niet gratis.” ■



ViiA

Nynke Ypenga startte Stichting ViiA vijftien jaar geleden op de zolder van haar huis op het toen net opgeleverde IJburg, in Amsterdam. Doel: versterken van de eigen kracht en de onderlinge band tussen bewoners. Van het stadsdeel kreeg ViiA de opdracht om het vrijwilligerswerk in de wijk te organiseren, later in heel Amsterdam-Oost.

ViiA, dat met vijf betaalde medewerkers en tien vrijwilligers inmiddels ruim duizend vrijwilligers inzet, wordt gesubsidieerd door de gemeente en enkele fondsen. Het uitzendbureau is vooral sterk in de werving en selectie van vrijwilligers. ViiA geeft er ook trainingen in.

www.viia.nl

Vroeger werd vrijwilligerswerk voornamelijk gedaan door vrouwen, georganiseerd door de kerk.

Nu zet jong en oud zich vrijwillig en op eigen initiatief in om hun leefomgeving mooier en beter te maken.



foto: @Kindengezin

Vrijwilligerswerk toen & nu

