



Een
praktisch
playbook

Toolkit voor transformerend medewerkersvrijwilligerswerk

In 5 stappen naar verdiepende medewerkersvrijwilligers-programma's



Inhoud

Samenvatting	3
Voorwoord	5
Inleiding	6
Waarom overstappen naar transformerend vrijwilligerswerk?	10
De 5 stappen	
Stap 1 Zo vind je de juiste match met een non-profit-organisatie	13
Stap 2 Stap voor stap de samenwerking vormgeven	16
Stap 3 Zo organiseer je vrijwilligersactiviteiten	18
Stap 4 Zo faciliteer je vrijwilligers(teams)	22
Stap 5 Mobiliseren van medewerkers en communiceren	24
Bijlage 1 Checklist en draaiboek hands-on-activiteit	29
Bijlage 2 Checklist voor pro-bono-diagnose	34
Definities	35
Bronnen	37



Samenvatting

Transformerend medewerkersvrijwilligerswerk

Je bent een ondernemer met hart voor de samenleving. Je ziet de maatschappelijke uitdagingen groeien en urgenter worden. Als bedrijf wil je van betekenis zijn en bijdragen aan maatschappelijke vraagstukken. Je kennis, expertise en medewerkers inzetten om goed te doen. Je start met een eenmalige activiteit en wilt die wellicht uitbouwen tot een diepgaande relatie met je maatschappelijke organisatie. Hoe zorg je ervoor dat je activiteiten impact hebben? Hoe geef je meer zin aan de ervaring van je medewerkers? Dat kan door **transformerend vrijwilligerswerk**. Deze ervaring raakt en verrijkt je en leidt tot verandering van houding en gedrag.

Deze toolkit is gebaseerd op de jarenlange praktijkkennis die wij als Vereniging Nederlandse Organisaties Vrijwilligerswerk (NOV) hebben en is onderdeel van ons programma Good Busy. De toolkit beschrijft 5 stappen om praktisch aan de slag te gaan. Hoe vind je de juiste match met non-profit-organisaties, hoe geef je de samenwerking vorm en hoe mobiliseer je jouw medewerkers? In deze toolkit vind je alles wat je moet weten over het vinden, organiseren en faciliteren van medewerkersvrijwilligerswerk.

Medewerkersvrijwilligerswerk is onderdeel van corporate volunteering of Maatschappelijk Betrokken Ondernemen (MBO); en dat is weer onderdeel van MVO. Het bedrijfsleven en het sociale domein zijn niet de meest logische combinatie. Maar het is juist goed verbinding te maken tussen maatschappelijke of sociale uitdagingen en bedrijfsdoelstellingen. Zo kunnen medewerkers vaardigheden leren of verbeteren.

Kleine moeite, grote impact

Verdiepend of transformerend medewerkersvrijwilligerswerk levert meer op dan alleen goed doen. Het is bijvoorbeeld ook een manier om, al doende, sociale vaardigheden en leiderschapskwaliteiten aan te leren. Het draagt bij aan het thema Diversiteit en Inclusie, want je gaat in gesprek of komt in aanraking met mensen en maatschappelijke organisaties die je anders niet tegenkomt. En, last but not least, zorgt het voor meer begrip voor maatschappelijke vraagstukken en non-profit-organisaties. Op deze manier is vrijwilligerswerk een hefboom voor verandering.

Stap 1: Zo vind je de juiste match met een non-profit-organisatie

Het kan een hele klus zijn uit te zoeken met welke maatschappelijke of non-profit-organisatie je wilt samenwerken en om hen te vinden. We maakten een handige checklist om je wegwijs te maken. Zo kun je je bijvoorbeeld aansluiten bij de goede doelen waarmee je bedrijf al samenwerkt, een lokale maatschappelijke beursvloer (online) bezoeken, een professionele intermediair inschakelen of je aansluiten bij bestaande initiatieven. Ook vind je tips hoe je tot een goede samenwerking komt en waar je dan op let. Ook laten we in de overzichtelijke [menukaart](#) zien hoe veelzijdig vrijwilligerswerk is.

Stap 2: Stap voor stap de samenwerking vormgeven

Samenwerken gaat niet vanzelf. Het vraagt verdieping in de maatschappelijke organisatie met wie je gaat samenwerken. Probeer hun behoefte te begrijpen en zet die centraal. Formuleer een concreet, realistisch eindresultaat dat je wilt bereiken. Stel vragen en probeer

samen-
vatting

voorwoord

inleiding

stap 1

stap 2

stap 3

stap 4

stap 5



te begrijpen welke support jouw partner nodig heeft, in plaats van je eigen ideeën of projecten te pushen. Maak heldere afspraken over de communicatie.

Stap 3: Zo organiseer je vrijwilligersactiviteiten

Je hebt een maatschappelijke organisatie gevonden waar je je tijd en expertise mee deelt, je hebt goed geluisterd en doorgevraagd naar hun échte behoefte. Bovendien zijn er heldere afspraken gemaakt over wat je voor elkaar gaat betekenen en er is een draaiboek gemaakt. Hoe bereid je jezelf en je team verder voor op de samenwerking? Herken de verschillende fases waarin vrijwilligers zitten en stem je communicatie daarop af. De meesten doen voor een eerste keer mee (de toeristen). Dan zijn er de vrijwilligers met een beetje ervaring (de reizigers). En de derde groep zijn de vrijwilligers met veel ervaring (de gidsen), vaak organiseren zij de activiteit. We voegen ook een schema toe als geheugensteuntje bij het organiseren van een activiteit.

Stap 4: Zo faciliteer je vrijwilligers(teams)

Om meer impact te creëren met je vrijwillige inzet is het slim te kiezen voor transformerend vrijwilligerswerk. Soms zorgt vrijwilligerswerk voor een gevoel van onzekerheid, waardoor sommigen met een vervelend gevoel terugkijken. Dit is eenvoudig op te lossen door een goede briefing, check-in, begeleiding en nabespreking. Deze opzet zorgt voor een veilige ruimte voor vrijwilligers om nieuwe perspectieven over zichzelf, de doelgroep of het maatschappelijke thema te leren kennen en erover na te denken. De vrijwilligersbegeleider speelt hierin een belangrijke rol.

Stap 5: Mobiliseren van medewerkers en communiceren

Hoe mobiliseer ik mijn medewerkers? Het is waarschijnlijk de meest gestelde vraag bij bedrijven. Het antwoord: benader je collega's persoonlijk, stel een ambassadeursnetwerk in of laat de CEO en managers het goede voorbeeld geven. Ook belangrijk is de balans te zoeken tussen de passie van de medewerkers en de bedrijfsstrategie.

Je wilt graag over deze samenwerking vertellen, maar hoe zet je de samenwerking in de schijnwerpers zonder te pronken? Hou het klein, laat het anderen doen. Zet bijvoorbeeld de ervaringen van je medewerkers in de schijnwerpers door storytelling, vraag ze om hun ervaringsverhalen te delen en help ze hier eventueel bij. Steun je maatschappelijke organisatie bovendien met jouw communicatie-expertise. Natuurlijk kun je je betrokkenheid ook laten zien op de Good Busy website.

samen-
vatting

voorwoord

inleiding

stap 1

stap 2

stap 3

stap 4

stap 5



Voorwoord

Aan de slag met medewerkersvrijwilligerswerk

Vrijwilligerswerk. Meer dan 43 procent¹ van de Nederlanders doet het in een of andere vorm. Een uur in de week, een uur in de maand of een paar keer per jaar. Ook voor steeds meer bedrijven is medewerkersvrijwilligerswerk gebruikelijk geworden. 92 procent van de grote werkgevers heeft al een MVO-programma en 65 procent van hen geeft medewerkers de mogelijkheid om binnen bedrijfstijd deel te nemen aan vrijwilligerswerk². Ook veel MKB bedrijven zijn actief op dit gebied. Voor veel bedrijven is vrijwilligerswerk een ideaal ‘bedrijfsuitje’ geworden. Een aantal bedrijven heeft ook partnerships gevormd met non-profit-organisaties. Andere bedrijven zetten hun expertise in ter versterking van de organisatiestructuur van een maatschappelijke organisatie of om een bepaald vraagstuk op te lossen.

Of je nu een groot of klein bedrijf bent, de vraag blijft hoe je dat praktisch doet. Dat blijkt ook uit onderzoek onder veel MKB-ondernemers en grote bedrijven. Zij hebben vragen als: Waar vind je de maatschappelijke organisaties? Waar begin je? En misschien vraag je jezelf ook af of je inspanningen wel impact hebben. Antwoorden hierop vind je in deze Good Busy Toolkit: een praktische gids voor verdiepend medewerkersvrijwilligerswerk.

Over Vereniging NOV

Vereniging Nederlandse Organisaties Vrijwilligerswerk is een onafhankelijke landelijke branchevereniging die vrijwillige inzet in Nederland op de kaart zet, de positie versterkt en opkomt voor de belangen van vrijwilligers en vrijwilligerswerk in de samenleving.

Deze toolkit is gebaseerd op de jarenlange praktijkkennis die wij als Vereniging Nederlandse Organisaties Vrijwilligerswerk (NOV) hebben. Hierbij werken we samen met een internationale autoriteit in dit vakgebied. We gebruiken de methodiek van Chris Jarvis van RW Institute. Deze toolkit beschrijft 5 stappen om praktisch aan de slag te gaan. Hoe vind je non-profit-organisaties, hoe geef je de samenwerking vorm en hoe mobiliseer je jouw medewerkers? In deze toolkit vind je alles wat je moet weten over het vinden, organiseren en begeleiden van medewerkersvrijwilligerswerk.

Daarnaast is er ook een andere toolkit beschikbaar: de toolkit voor social impact. Deze is gericht op de 5 principes voor impactvolle medewerkersvrijwilligersprogramma's en gaat in op de strategische kant van medewerkersvrijwilligerswerk.

Laten we door vrijwilligerswerk van de wereld een betere plek maken en samen verantwoordelijkheid nemen voor urgente maatschappelijke vraagstukken. Neem jij de uitdaging aan om aan de slag te gaan met medewerkersvrijwilligerswerk? Dat is goed voor de samenleving, jouw bedrijf en jouw medewerkers.

Vereniging NOV
Team Good Busy



samen-
vatting

voorwoord

inleiding

stap 1

stap 2

stap 3

stap 4

stap 5



Inleiding

Van transactioneel naar transformerend medewerkersvrijwilligerswerk

Je bent een ondernemer met hart voor de samenleving. Je ziet de maatschappelijke uitdagingen groeien en urgenter worden. Als bedrijf wil je van betekenis zijn en bijdragen aan maatschappelijke vraagstukken. Je kennis, expertise en medewerkers inzetten om goed te doen. Wellicht start je met een eenmalige activiteit en wil je dit verder uitbouwen tot een partnerschap met een maatschappelijke organisatie. Ook deze eenmalige activiteiten kun je eenvoudig op een transformerende manier vormgeven door er een paar elementen aan toe te voegen.

Hoe zorg je ervoor dat je activiteiten impact hebben? Hoe verdiep je de ervaring van je medewerkers? Dat kan door transformerend vrijwilligerswerk. Deze ervaring raakt en verrijkt je en leidt tot verandering van houding en gedrag. En creëert nabijheid tot degenen voor wie je het doet.

Eenmalige vrijwilligersprojecten zijn niet de oplossing voor onze grootste maatschappelijke vraagstukken. Hoewel ze kunnen bijdragen, kun je je ook voorstellen hoe complex het is om bijvoorbeeld een einde te maken aan armoede of eenzaamheid. De wens van veel

non-profit-organisaties is een langere termijn samenwerking met bedrijven. Voor sommige bedrijven is dit nog een stap te ver. Wat ieder bedrijf wel eenvoudig kan doen, ook bij eenmalige activiteiten, is de impact vergroten van iedere activiteit. Dat kan eenvoudig door het toevoegen van een paar elementen, die we bij stap 3 beschrijven.

Ter verheldering beschrijven we dezelfde vrijwillige inzet twee keer. De ene keer als vrijwilligerswerk gericht op de activiteit (transactioneel), de andere keer als verdiepend vrijwilligerswerk (transformerend).

samen-
vatting

voorwoord

inleiding

stap 1

stap 2

stap 3

stap 4

stap 5



VRIJWILLIGERSWERK GERICHT OP DE ACTIVITEIT

Stel je voor. Je werkt bij een bedrijf, één van je collega's is vrijwilligersbegeleider bij jouw bedrijf en vraagt je om deel te nemen aan een activiteit die zij organiseert. Tot nu toe had je altijd een excuus en geen tijd of andere prioriteiten. Dit keer zeg je 'ja' tegen haar, ook al heb je wat twijfels. Twee weken later is het zover. Je komt ietwat te laat aan bij een jongerenopvanghuis en ziet je collega als je binnenkomt. Zij vertelt je dat jullie een trap gaan verven. Je begrijpt je taak en gaat ermee aan de slag. Je begint met afplakken en daarna ga je aan de slag met verven. Daarna help je ook nog met het schilderen van de veranda. Dan is het lunchtijd en je herinnert je dat je nog een afspraak hebt en neemt afscheid.

Je ging schilderen en het was goed.

VERDIEPEND VRIJWILLIGERSWERK

Je gaat met je collega's weer vrijwilligerswerk doen bij een jongerenopvanghuis. Voordat je begint met afplakken, vertelt je collega, de vrijwilligersbegeleider, dat er over 15 minuten een check-in zal zijn om uitleg te geven over wat je vandaag gaat doen. En waarom het belangrijk is wat jullie doen.

Check-in: Zo'n 10 collega's verzamelen zich in de keuken in een halve cirkel en stellen zich voor, inclusief hun rol in het bedrijf. De vrijwilligersbegeleider bedankt iedereen voor hun aanwezigheid, legt de taken uit, benoemt veiligheidsaspecten en wie de leiding heeft. Vervolgens vertelt de coördinator van het jongerenopvanghuis iets over de organisatie en waarom het zo belangrijk is dat jullie er vandaag zijn. Vier ex-dakloze jongeren proberen in het huis dat jullie gaan verven hun leven weer op de rit te krijgen.

Zo leren ze vaardigheden als omgaan met geld, hun eigen kamer opruimen en het huis schoonmaken. Maar ook (werk)competenties zoals op tijd komen, afspraken nakomen en niet schreeuwen tegen je baas als het je niet zint.

Het niet waard zijn: De grootste barrière op weg naar een beter leven, is de overtuiging dat ze het niet waard zijn, dat ze het niet verdienen. De jongeren hebben een laag zelfbeeld en hebben een moeilijke jeugd gehad. Ze hebben moeite te geloven dat ze een betere toekomst verdienen. Door hen te helpen het huis te onderhouden, hebben ze het gevoel dat jij ook in hen geloofd. Dat ze ertoe doen en dat er andere mensen om hen geven en zich voor hen inzetten. Je voelt dat jouw taak hieraan bijdraagt. En je gaat samen met de andere vrijwilligers aan de slag.

Begeleiding en nabespreking: De vrijwilligersbegeleider komt regelmatig langs om te kijken hoe het met je gaat, of je voldoende materialen hebt en of er nog vragen zijn. Je merkt dat ze enthousiast is dat jij er bent. Op het eind, wanneer alle taken gedaan zijn, komen jullie nog een keer bij elkaar. Zij vraagt naar ieders ervaringen en of het was wat jullie verwacht hadden. Jullie delen je ervaring en de inzichten die je hebt opgedaan. Je start het proces van zingeving en transformatie, dat gebeurt wanneer je betekenis en woorden geeft aan een ervaring. Je reflecteert op wat je hebt geleerd. Dan ga je naar huis en deel je nieuwe inzichten met je familie. Je komt op je werk en ook daar vertel je enthousiast over je ervaring. Je hebt nooit geweten dat verven, waardigheid en een betere toekomst met elkaar verband konden houden.

Je ging schilderen en het was goed. Maar op de ene of andere manier heeft deze ervaring je geraakt en verrijkt. Je bent er zelf door veranderd. (Bron: Chris Jarvis, 2017)

samen-
vatting >

voorwoord >

inleiding >

stap 1 >

stap 2 >

stap 3 >

stap 4 >

stap 5 >



Transactioneel vrijwilligerswerk: gericht op de activiteit

De gebruikelijke vrijwilligerservaring is gericht op iets goed doen voor de ander of de samenleving. Vaak met een grote focus op de activiteiten en taken. Hierbij ga je als vrijwilliger aan de slag, zonder de verwachting dat je er iets voor terugkrijgt. De 'beloning' is veelal het gevoel om verschil te maken door een ander te helpen. Het zijn activiteiten waar we komen opdagen, een beetje leren over de maatschappelijke organisatie, plezier hebben met collega's en de taken voltooien. Dit is zeker belangrijk en mooi dat het gebeurt. Maar je kunt er meer uithalen!

Transformerend vrijwilligerswerk legt de nadruk op de ervaring

Deze vorm van vrijwillige inzet richt zich behalve op de taak ook op de ervaring van jou als mens en wat het met je doet. Het kan je inzichten veranderen over de wereld of over jezelf. Je leert met een brede blik kijken en ontwikkelt gelaagde perspectieven op ingewikkelde vraagstukken. Dat kan leiden tot een verandering van je houding en gedrag³. Het leidt bij medewerkers bijvoorbeeld tot meer inlevingsvermogen en helpt om zich verder te ontwikkelen. Medewerkersvrijwilligerswerk als nieuwe manier van leren door ervaring. Deze ervaringen hebben de potentie om levens, werkplekken en de samenleving te veranderen.

Door vrijwilligerswerk meer begrip ontwikkelen

„ Het contact tussen de cliënten, onze zorgmedewerkers en de bedrijfsvrijwilligers vind ik positief. Het maakt me niet uit dat een klus niet helemaal af is. Als ze onze doelgroep beter leren kennen, merk ik dat ze daardoor meer begrip voor hen krijgen. Dát vind ik ontzettend belangrijk.

Feedback van de vrijwilligerscoördinator van Archipel, een zorginstelling.

Nieuwe kijk op vrijwilligerswerk

„ Ik ben onder de indruk hoe Chris Jarvis - op basis van wetenschappelijke inzichten - een innovatieve kijk heeft ontwikkeld op de positieve invloed van vrijwilligerswerk op de wereld. Want vrijwilligers geven niet alleen iets aan een ander, ze worden er zelf ook beter van.

Tot dat inzicht kwam Dr. Lonkeke Roza, ze deed jarenlang onderzoek bij Rotterdam School of Management, is voorzitter van Vattenfall Foundation en bestuurslid van Facilicom Foundation.

Transactioneel vrijwilligerswerk

- Actiegerichte benadering.
- Focus is gericht op de activiteiten en taken.
- Vrijwilligerswerk als bron van goed doen en 'het verschil maken'.
- Impact is gericht op de sociale of ecologische verandering.

Transformerend vrijwilligerswerk

- Mensgerichte benadering.
- Focus is op de medewerker als vrijwilliger.
- Vrijwilligerswerk als middel voor persoonlijke groei.
- 'Onderdeel worden van', gelijkwaardige relatie gebaseerd op geven en ontvangen.
- Impact is - naast de sociale of ecologische verandering - ook gericht op de verandering die bij de vrijwilliger zelf plaatsvindt in overtuiging, houding en gedrag.

samen-
vatting >

voorwoord >

inleiding >

stap 1 >

stap 2 >

stap 3 >

stap 4 >

stap 5 >



GOOD BUSY TOOLKIT 1 EN 2

Om goed doen eenvoudiger te maken ontwikkelde NOV de Good Busy toolkits

Toolkit 1: de 'gereedschapskist' met de vijf principes voor impactvolle medewerkersvrijwilligers-programma's. Dit geeft ondernemers handvatten, principes, voor bijvoorbeeld effectieve samenwerkingen en de veelzijdigheid van vrijwilligerswerk.

Toolkit 2: is nog meer dan deel 1 gericht op de praktijk en beschrijft 5 stappen om praktisch aan de slag te gaan. Hoe vind je non-profit organisaties, hoe geef je de samenwerking vorm en hoe mobiliseer je jouw medewerkers? In toolkit 2 vind je alles wat je moet weten over het vinden, organiseren en faciliteren van verdiepend medewerkersvrijwilligerswerk.

De toolkits staan niet op zichzelf. Ze zijn onderdeel van Good Busy, het programma van het NOV, en zijn gebaseerd op drie pijlers:

- kennis: waaronder de twee toolkits en webinars
- inspiratie: voorbeelden uit de praktijk
- actie: 'ons bedrijf doet ook mee'.

Good Busy helpt je dus verder op weg en verenigt bovendien bedrijven die goed willen doen. We zijn er voor de ervaren 'do gooders', maar ook voor bedrijven die de eerste stap naar vrijwilligerswerk zetten. Voor grote en kleine bedrijven.



samen-
vatting >

voorwoord >

inleiding >

stap 1 >

stap 2 >

stap 3 >

stap 4 >

stap 5 >



Kleine moeite, grote impact

Waarom overstappen naar transformerend vrijwilligerswerk?

Verdiepend of transformerend medewerkersvrijwilligerswerk levert meer op dan alleen goed doen. Het is bijvoorbeeld ook een manier om, al doende, sociale vaardigheden en leiderschapskwaliteiten aan te leren. Het draagt bij aan het thema Diversiteit en Inclusie, want je gaat in gesprek of komt in aanraking met mensen en organisaties die je anders niet tegenkomt. En, last but not least, zorgt het voor meer begrip voor maatschappelijke vraagstukken en non-profit-organisaties. Op deze manier is vrijwilligerswerk een hefboom voor verandering.

We zetten een aantal voordelen op een rijtje om over te stappen van vrijwillige inzet gericht op activiteiten naar verdiepende vrijwillige inzet. Een kleine moeite, met grote impact:

➤ Het creëert betrokkenheid bij en meer begrip voor maatschappelijk thema's

Uit onderzoek onder meer dan 1.000 medewerkers blijkt onder andere dat 84 procent⁴ van de mensen die medewerkersvrijwilligerswerk doen, meer begrip voor anderen krijgen. Maar ook voor maatschappelijke vraagstukken zoals armoede en geldzorgen, eenzaamheid, of klimaatverandering. Ze gaan anders aankijken tegen bepaalde zaken of groepen in de samenleving en ontwikkelen op veel vlakken meer empathie.

Voorwaarde voor deze vorm van leren is dat de vrijwilligersactiviteit opgezet wordt als een ervaringsgericht leerproces met momenten van reflectie. Hier lees je meer over in het schema in Stap 3.

➤ Het is een innovatieve manier om leiderschapsvaardigheden en competenties te ontwikkelen⁵

Het biedt medewerkers uitgelezen kansen om in een andere setting nieuwe vaardigheden te leren of te versterken en uit hun comfort-zone of dagelijkse werkdruk te stappen.

Weet je hoe mensen zich ontwikkelen?

"Volgens het 70-20-10 leermodel⁶ leert men 70 procent door ervaring, 20 procent van anderen en 10 procent door het volgen van een traditionele cursus", zegt Dr. Lonneke Roza tijdens een webinar voor het landelijke netwerk voor HR-professionals. "Laat mensen dus belangrijke (leiderschaps)vaardigheden ontwikkelen terwijl zij zich inzetten voor de samenleving. Door vrijwillige inzet leer je meer over jezelf, wat je belangrijk vindt, hoe je je verhoudt tot anderen en tot de (issues die spelen in de) samenleving. Je ontdekt waar je passie ligt en ontwikkelt tegelijkertijd leiderschapsvaardigheden zoals empathisch vermogen en het uitdagen van je eigen vooroordelen."

samen-
vatting

voorwoord

inleiding

stap 1

stap 2

stap 3

stap 4

stap 5

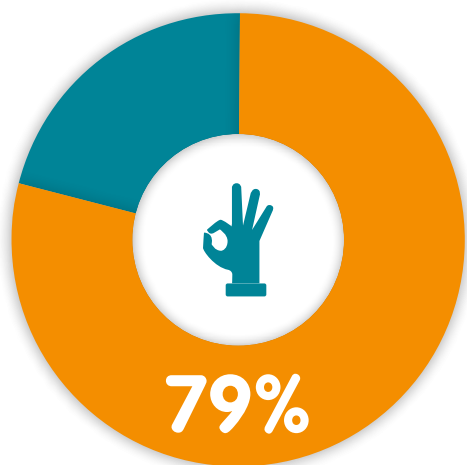


➤ Het draagt bij aan het thema Diversiteit en Inclusie

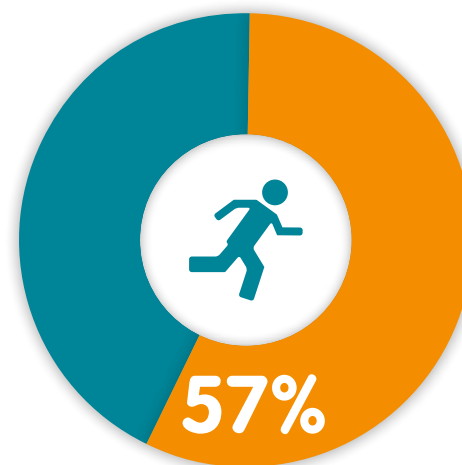
De verdiepende opzet van vrijwilligerswerk stimuleert inclusief denken. Het verkleint polarisatie en de kloof tussen 'wij' en 'zij'. Vrijwilligerswerk verruimt je blik en verschaft nieuwe inzichten. Je kunt je beter verplaatsen in andere mensen. Je ervaart hoe het is om in moeilijke omstandigheden te leven en je gaat in gesprek met mensen die met een andere bril naar de wereld kijken.

➤ Het versterkt het (arbeidsmarkt)imago, het aantrekken en behoud van medewerkers⁷

79 procent van de mensen wil graag werken voor een betrokken bedrijf. Er is 57 procent minder verloop als medewerkers zich verbonden voelen met de inspanningen van het bedrijf op het gebied van vrijwilligerswerk.



van de medewerkers wil graag werken voor een betrokken bedrijf



minder verloop als medewerkers zich verbonden voelen door inspanningen van een bedrijf op het gebied van vrijwilligerswerk

(Bron: doing good is good for you)

samen-
vatting

voorwoord

inleiding

stap 1

stap 2

stap 3

stap 4

stap 5



De 5 stappen

- samen-
vatting >
- voorwoord >
- inleiding >
- stap 1 >
- stap 2 >
- stap 3 >
- stap 4 >
- stap 5 >



Stap 1

Zo vind je de juiste match met een non-profit organisatie

Het kan een hele klus zijn uit te zoeken met welke maatschappelijke of non-profit-organisatie je wilt samenwerken en om hen te vinden. Bijgaand vind je een handige checklist om je wegwijs te maken. Zo kun je je bijvoorbeeld aansluiten bij de goede doelen waarmee je bedrijf al samenwerkt, een lokale maatschappelijke beursvloer (online) bezoeken, een professionele intermediair inschakelen of je aansluiten bij bestaande initiatieven. Ook vind je tips hoe je tot een goede samenwerking komt en waar je dan op let. Verder ontdek je in stap 1 hoe veelzijdig medewerkers-vrijwilligerswerk is.

Check voordat je start

Begin je vanuit het aanbod van jouw bedrijf of medewerkers of start je vanuit de behoefte van de non-profit-organisatie? In de praktijk zien we dat veel activiteiten vanuit het bedrijfsaanbod starten. Dit sluit niet altijd aan op de behoefte van de maatschappelijke organisatie. Wees je daarvan bewust en check van tevoren een aantal zaken.

- ✓ Wat zijn de randvoorwaarden van je bedrijf met betrekking tot ureninzet onder werktijd? 65 procent⁸ van de bedrijven geeft medewerkers de mogelijkheid om binnen bedrijfstijd deel te nemen aan vrijwilligerswerk. Dan gaat het vaak om 1 á 2 dagen per jaar, in sommige gevallen een week. Hoe is dat bij jouw bedrijf? En welke vorm van vrijwilligerswerk past goed bij jouw bedrijf (zie ook de [menukaart](#)).

- ✓ Zijn er al vaste samenwerkingspartners of is er vrijwilligersbeleid met randvoorwaarden voor de keuze van non-profit-organisaties?
- ✓ Wat is het beschikbare budget voor eventuele bijdragen in de materiaal- en cateringkosten?
- ✓ Heeft jouw bedrijf één of meerdere van de 17 wereldwijde Sustainable Development Goals (SDG's)⁹ als focus en kun je deze gebruiken voor je keuze voor bepaalde maatschappelijke organisaties?
- ✓ Vind een goede balans tussen het aansluiten bij het beleid en de bedrijfscultuur en de passie van je medewerkers.

Hoe vind je een passende non-profit-organisatie?

- **Met welke goede doelen werkt je bedrijf al samen?**
Check of je bedrijf al vaste samenwerkingspartners heeft. Of breng in kaart met welke maatschappelijke organisaties en goede doelen jouw bedrijf al eerder heeft samengewerkt. Omdat je hen kent, weet je waarschijnlijk beter wat hun behoefte is.
- **Vraag het collega's en gebruik hun netwerk**
Informeer bij collega's of ze zelf al ergens actief zijn of iemand kennen vanuit hun netwerk, 43 procent¹⁰ van de Nederlanders is als vrijwilliger actief.
- **Schakel professionele bemiddelaars in**
Schakel professionele bemiddelaars in die vrijwilligers uit het bedrijfsleven koppelen aan vragen van het maatschappelijk veld. Deze lokale of landelijke intermediairs hebben een groot netwerk, ontzorgen en weten waar de behoeftes liggen. Vaak zijn de vragen

samen-
vatting

voorwoord

inleiding

stap 1

stap 2

stap 3

stap 4

stap 5



van maatschappelijke organisaties zichtbaar op hun platform of gaan ze op zoek en bieden hulp bij jouw aanbod. Meestal werken ze niet commercieel, maar om hun uren te compenseren en hun continuïteit te waarborgen, kunnen er kosten verbonden zijn aan hun dienstverlening. Je vindt ze op het [Good Busy platform](#).

• **Bezoek lokale beursvloeren of matchevents**

Meld je aan en bezoek de gratis toegankelijke lokale bijeenkomsten, zoals de maatschappelijke Beursvloer of Meet & Match. De Maatschappelijke Beursvloer is een matchevenement dat vraag en aanbod tussen bedrijven en maatschappelijke organisaties verbindt. Het levert nieuwe contacten, netwerken en samenwerkingsverbanden op¹¹. In sommige plaatsen gebeurt dit via een online matchevent.

• **Hou het lokaal en dichtbij huis**

Als je kantoor in een bepaalde plaats gevestigd is, zoek dan een maatschappelijke organisatie in de nabije omgeving. Dat vergroot de kans dat geïnteresseerde vrijwilligers wellicht nog een keer terugkomen en versterk je tegelijkertijd je lokale verbondenheid.

• **Sluit aan bij (inter)nationale initiatieven**

Gedurende het hele jaar kun je medewerkersvrijwilligerswerk inzetten. Maar er zijn ook diverse momenten waarop je als bedrijf kunt aanhaken, zoals:

- Het Oranje Fonds organiseert jaarlijks in maart op vrijdag en zaterdag de landelijke actie NLdoet¹². Op deze website vind je vanaf januari al mogelijkheden, ook voor groepen.
- April: Good Deeds Day¹³ - jaarlijks is er een wereldwijde 'Good Deeds' dag in meer dan 100 landen.
- 22 april rondom Earth-Day¹⁴, aan de slag in de natuur.
- September: World clean up day.¹⁵
- Rond 25 september: SDG-action Day¹⁶ hét Nederlandse evenement over de Sustainable Development Goals (Duurzame Doelen).
- of bijvoorbeeld Week tegen eenzaamheid¹⁷ (eind september), de Dag van de duurzaamheid (8 oktober), Wereldarmoededag (17 oktober), Nationale Vrijwilligersdag (7 december) etc.

• **Spring in op de actualiteit**

Een voorbeeld: toen het zuiden van Nederland werd getroffen door hoogwater kon je je eenvoudig aanmelden via Natuurmonumenten om als vrijwilliger mee te helpen met opruimacties.

Denk ook aan:

Het sociaal domein en het bedrijfsleven zijn niet altijd elkaars natuurlijke omgeving.

Soms zijn het twee verschillende werelden. Samenwerking is dan een uitdaging door de verschillende manieren van werken en taalgebruik. Beide partijen onderschatten soms hoeveel tijd er in de voorbereiding zit.

Aan iedere match of samenwerking zitten risico's: denk bijvoorbeeld aan verloren uren.

Zo vraagt het organiseren en begeleiden van (groepen) vrijwilligers van de non-profit-organisatie veel voorbereidingstijd en energie. Dat kan soms ten koste gaan van de kernactiviteiten en aandacht voor de doelgroep. Soms is het moeilijk om in te schatten hoeveel tijd er nodig is om de wens van de non-profit-organisatie af te ronden. Hier ligt het risico op onafgemaakte activiteiten.

Vaak heeft een bedrijf budget voor 'afdelingsuitjes' en zet dit budget in om vrijwilligersteams mogelijk te maken.

Non-profit-organisaties kunnen meestal een financiële bijdrage goed gebruiken om de bijbehorende activiteitkosten zoals materialen of catering te dekken. Wees je ervan bewust dat het voor veel non-profit-organisaties tijdrovend en ronduit frustrerend is als bedrijven gaan 'shoppen' bij verschillende maatschappelijke organisaties en vervolgens één partij kiezen. En alle gesprekken en het werk van de non-profit-organisatie voor niets bleken te zijn.

samen-
vatting

voorwoord

inleiding

stap 1

stap 2

stap 3

stap 4

stap 5



MENUKAART: herken de veelzijdigheid van vrijwillige inzet

Vrijwilligerswerk heeft veel verschillende vormen. Denk bijvoorbeeld aan het soort activiteit: hands-on-vrijwilligerswerk of de inzet van de expertise van je medewerkers. Ook de duur kan variëren, van een eenmalige samenwerking tot een langdurig partnerschap. En wil je je fysiek of virtueel/online inzetten?

Wil je hands-on-vrijwilligerswerk doen: een sociale activiteit, een eenvoudige klusactiviteit of aan de slag in de natuur? Of wil je juist delen waar je goed in bent en je expertise inzetten ter versterking van de non-profit-organisatie. Denk dan bijvoorbeeld aan je expertise op het gebied van marketing & communicatie, IT, juridisch. Een hartenwens van veel maatschappelijke organisaties is het vergroten van hun naamsbekendheid, zichtbaarheid en bewustwording. Maar het ontbreekt ze vaak aan voldoende middelen en capaciteit. En daar kun jij bij helpen.

Affiniteit of link met de Global Goals?

Bedenk van tevoren of je bedrijf of je collega's affiniteit hebben met een bepaalde doelgroep of een maatschappelijk thema. En of de missie aansluit bij jouw bedrijf. En is het wenselijk dat de maat-

schappelijke organisatie een link heeft met bepaalde Global Goals ofwel SDG-doelen?

Inzetten als individu, maatje of als groep

Een andere belangrijke keuze is of je medewerkers zich als groep gaan inzetten of als individu aan de slag gaan. Bijvoorbeeld als maatje¹⁸, coach of buddy? De meeste maatschappelijke organisaties hebben liever een langdurige samenwerking of partnerschap dan een éénmalige activiteit. En ze hebben liever een 'estafettematch' met iedere maand 5 á 10 medewerkers dan 100 vrijwilligers op één dag.

Kijk naar behoefte van de maatschappelijke organisaties en bedenk wat jouw bedrijf kan bieden (zie aanbod bedrijf).

Behoefte maatschappelijke organisatie >	Ondersteuning met of voor het doel/de doelgroep	Versterking organisatie	Strategische ontwikkeling
Aanbod van bedrijf >	Hands-on-vrijwilligerswerk <ul style="list-style-type: none"> • sociale activiteit voor een doelgroep • klusactiviteit • aan de slag in de natuur Ondersteuningstrajecten <ul style="list-style-type: none"> • maatje, coach, buddy, mentor, etc. 	Skills-based-vrijwilligerswerk Pro-bono-expertise, onder meer: <ul style="list-style-type: none"> • marketing & communicatie • opstellen strategie/beleidsplan • juridisch • IT • finance • HR 	Bestuurswerk Strategie-advies

samen-
vatting >

voorwoord >

inleiding >

stap 1 >

stap 2 >

stap 3 >

stap 4 >

stap 5 >



Stap 2

Stap voor stap de samenwerking vormgeven

Samenwerken gaat niet vanzelf. Het vraagt verdieping in de maatschappelijke organisatie met wie je gaat samenwerken. **Probeer hun behoefte te begrijpen en zet die centraal. Formuleer een concreet, realistisch eindresultaat dat je wilt bereiken. Maak heldere afspraken over de communicatie.**

Wat is de uitdaging waarmee je de maatschappelijke organisatie kunt helpen? Begrijp de behoefte en speel daarop in.

Stel vragen en probeer te begrijpen welke support jouw partner nodig heeft, in plaats van je eigen ideeën of projecten te pushen. Probeer te luisteren 'vanuit de ander' en zonder oordeel. Noteer bijvoorbeeld drie dingen die je wilt weten over de organisatie en de mensen met wie je gaat samenwerken. De eenvoudigste manier is door iemand binnen de organisatie te vinden die een doel wil bereiken, maar belemmerd wordt door gebrek aan tijd, geld of vaardigheden. Bepaal vervolgens hoe je de vaardigheden van je bedrijfsteam kunt gebruiken om deze belemmeringen te ondervangen. Of barrières te overwinnen om hun doel te bereiken. Sluit aan bij wat nodig is.

Zet de doelgroep en belanghebbenden centraal, volg een mensgerichte benadering en verdiep je in de missie van je partner.

Probeer je zo goed mogelijk in te leven en bouw begrip op. Luister naar hun verhalen, begrijp waarom de non-profit-organisatie bestaat en aan welk maatschappelijk probleem ze willen bijdragen. Ga pas aan de slag, als je de missie en het grote geheel begrijpt.

Werk nauw samen aan het doel met je non-profit-partner.

Pas als je een goed beeld hebt van het 'waarom' van de activiteit, begin je met het verfijnen en afbakenen van de uitdaging. Werk samen met de partner om je te focussen op het doel, manage verwachtingen en formuleer een concreet, realistisch eindresultaat.

Behandel de maatschappelijke organisatie alsof je met een betalende klant omgaat

Meer dan de helft van de samenwerkingen waarbij bedrijven kennis en kunde geven, heeft niet het gewenste resultaat. De basis voor succes is: duidelijke afspraken maken en vastleggen, concrete, haalbare resultaten of opbrengsten formuleren en een tijdspad en mijlpalen markeren. Vraag goed door en wees realistisch over deadlines. Geef de maatschappelijke organisatie hetzelfde gevoel als een betalende klant en kom afspraken na. Lees bijlage 2 voor de checklist voor de afbakening en het managen van activiteiten waarbij je kennis en kunde inzet.

samen-
vatting

voorwoord

inleiding

stap 1

stap 2

stap 3

stap 4

stap 5



Definieer succes voordat je begint.

Activiteiten kunnen gemakkelijk wegvallen door slechte communicatie, andere prioriteiten en gebrek aan gedeeld begrip. Houd er rekening mee dat het starten en stoppen van activiteiten bij afhaken erg kostbaar is voor maatschappelijke organisaties. Als er een risico bestaat dat je je niet aan je toezeggingen kunt houden, doe dan een stap terug. Begin liever klein en breidt uit.

Duurzaamheid.

Is het doel om een activiteit af te ronden of is er een doel om een resultaat te creëren? Als je de activiteit niet helemaal zelf kunt afronden, is het dan mogelijk dat het bestaande of een ander vrijwilligersteam de draad oppakt?

Stel communicatieafspraken en -kanalen vast.

Het is belangrijk om een vaste contactpersoon te hebben bij wie je terecht kunt voor vragen en feedback. Maak duidelijke afspraken via welke communicatiekanalen en hoe vaak je contact houdt en wanneer je bereikbaar bent. Maak een draaiboek voor alle deelnemers. Omdat communicatie op veel manieren gebeurt (telefoongesprek, videogesprek, WhatsApp, sms, e-mail of social media), is het ook belangrijk vooraf af te stemmen hoe je gaat communiceren. Maak ook afspraken over wat jullie voor elkaar betekenen en hoe en wanneer je dat gaat communiceren.

Focus op kennisoverdracht en creëer een kennisoverdrachtmoment.

Door kennis over te dragen, maak je het mogelijk dat je partner - ook nadat je weg bent - kan doorgaan met impact maken. Richt werkprocessen zoveel mogelijk in, leg dingen vast en zorg voor overdracht van kennis, zodat de partner of een ander vrijwilligers-team de informatie heeft die nodig is om door te gaan.

samen-
vatting

voorwoord

inleiding

stap 1

stap 2

stap 3

stap 4

stap 5



Stap 3

Zo organiseer je vrijwilligersactiviteiten

Je hebt een maatschappelijke organisatie gevonden waar je je tijd en expertise mee deelt, je hebt goed geluisterd en doorgevraagd naar hun échte behoefte. Bovendien zijn er heldere afspraken gemaakt over wat je voor elkaar gaat betekenen en er is een draaiboek gemaakt. Hoe bereid je jezelf en je team verder voor op de concrete samenwerking? Herken de verschillende fases waarin vrijwilligers kunnen zitten en stem je communicatie daarop af. We voegen ook een schema toe als geheugensteuntje bij het organiseren van een activiteit.

Wees je ervan bewust dat medewerkers in verschillende fases van vrijwilligerswerk zitten. De meesten doen voor een eerste keer mee (we noemen deze groep **toeristen**). Ze willen plezier hebben samen met hun collega's, ze zijn nieuwsgierig en zitten vol vragen. Maar voor sommigen is het wennen. Ze kennen de doelgroep niet en gaan in een onbekende omgeving aan de slag. Dit kan hen onzeker maken. Daarom is het des te belangrijker om te zorgen voor goede begeleiding, zodat hun eerste ervaring positief is. Communicatie en een goede briefing voorafgaand aan de activiteit dragen hieraan bij. Wanneer de verwachtingen van de vrijwilligers overeenkomen met de werkelijkheid, leidt dit tot een hogere tevredenheid van de vrijwilligers¹⁹.

Dan zijn er de vrijwilligers met een beetje ervaring (de **reizigers**). Zij hebben al eerder vrijwilligerswerk gedaan en zijn intrinsiek gemotiveerd om zich in te zetten.

En de derde groep zijn de vrijwilligers met veel ervaring (de **gidsen**), vaak organiseren zij de activiteit. Hoe herken je ze en wat hebben ze nodig? Het plaatje op de volgende pagina gaat nader in op de kenmerken van de verschillende fases van de vrijwilligersreis.

En hoe organiseer je nou een inspirerende en transformerende vrijwilligersactiviteit. Daarvoor is een handig schema beschikbaar.

People are the
center of change

Find a passion. Make a difference.
Become a volunteer

samen-
vatting

voorwoord

inleiding

stap 1

stap 2

stap 3

stap 4

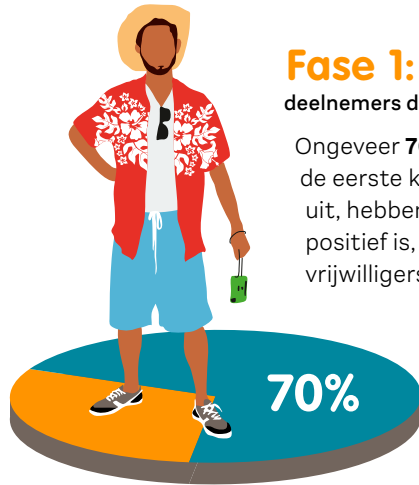
stap 5



DE VRIJWILLIGERSREIS

Toerist - Reiziger - Gids

- samen-vatting
- voorwoord
- inleiding
- stap 1
- stap 2
- stap 3
- stap 4
- stap 5



Fase 1: Toeristen

deelnemers die voor het eerst meedoen

Ongeveer **70%** van de medewerkers zit in deze toeristenfase. Vaak zijn het medewerkers die voor de eerste keer vrijwilligerswerk doen, ze 'willen gewoon plezier' hebben. Ze zijn op onderzoek uit, hebben veel vragen, zijn nieuwsgierig en proberen het een keer uit. Als deze eerste ervaring positief is, komen ze nog een keer terug. De uitdaging is om hen 'verliefd' te laten worden op vrijwilligerswerk.

Fase 2: Reizigers

vrijwilligers met een beetje ervaring

Reizigers vormen ongeveer **25%** van de medewerkers. In deze ontdekkingsfase vinden reizigers hun intrinsieke motivatie voor vrijwilligerswerk. Ze hebben specifieke vragen over 'waarom' en 'hoe'. Wanneer ze een gevoel van verbondenheid gaan voelen, gaan ze door en komen terug. Ze zijn op weg om de toekomstige gidsen te worden.



Fase 3: Gidsen

volunteer leaders met veel ervaring

Deze groep ambassadeurs is goed voor **5-10 %** van de medewerkers. Als je weet waarnaar je moet zoeken, kun je deze mensen snel identificeren. Zij zijn de organisatoren en de 'do-gooders'. Ze komen ruim voordat de activiteit begint, ze blijven laat, ze regelen alle benodigdheden, nodigen hun hele afdeling of team uit om te komen en praten constant over waarom vrijwilligerswerk zo belangrijk is. Gidsen zijn intrinsiek gemotiveerd. Ze snappen het. En ze willen dat iedereen net zo enthousiast is als zijzelf.



Schema voor het organiseren van een (transformerende) vrijwilligersactiviteit

Dit schema is bedoeld voor medewerkers die verantwoordelijk zijn voor het organiseren van een vrijwilligersactiviteit. Per fase beschrijven we het doel, geven praktische uitleg en tips. In de tweede kolom geven we aan welke rol de vrijwilligersbegeleider in samenwerking met de non-profit-organisatie vervult.

1. CHECK-IN	
Bij de start van de activiteit	Taak van de vrijwilligersbegeleider samen met de non-profit organisatie
<p>Doel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Welkome, veilige omgeving creëren. • Verwachtingsmanagement. <p>Praktisch Vertel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Why: Voor wie gaan we aan de slag? Waarom is dat belangrijk? • What: wat gaan we doen? Taken en programma. • Storytelling. Schets een beeld van degene voor wie je aan de slag gaat. Probeer - als het mogelijk is - de doelgroep te betrekken bij de activiteit of mogelijk is er een één minuut filmpje beschikbaar? <p>Tip</p> <ul style="list-style-type: none"> • Briefing: plan ongeveer een week van tevoren een korte digitale (lunch)bijeenkomst om je collega's voor te bereiden op de samenwerking en het belang van hun bijdrage en aanwezigheid. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kom ruim op tijd. • Check of koffie/thee e.d. voor ontvangst gereed is. • Check of alle materialen aanwezig zijn. <p>Verwelkom alle vrijwilligers persoonlijk</p> <ul style="list-style-type: none"> • Check of iedereen er is. • Vraag mensen hun telefoon uit te zetten. • Geef aan of er foto's gemaakt mogen worden in verband met privacy. <p>Verzamel alle vrijwilligers voor korte uitleg</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedank iedereen voor zijn/haar komst. • Voorstelrondje aan de hand van bijvoorbeeld vrijwilligerswerkervaring (geef iedereen een naamsticker). • Stel jezelf en ook de andere coördinatoren voor aan wie men vragen kan stellen. • Geef aan dat elke bijdrage - hoe klein ook - het verschil maakt. • Vraag de deelnemers te verzamelen op plaats X op het eind van de activiteit voor een gezellige afsluiting en terugblik. • Maak een lijst van alle activiteiten en deel mensen in per project (gebruik een flipover). • Bedank nogmaals iedereen, wens ze succes.

samen-
vatting >

voorwoord >

inleiding >

stap 1 >

stap 2 >

stap 3 >

stap 4 >

stap 5 >



2. BEGELEIDING

Tijdens de activiteit	Bied voldoende activiteiten voor elke deelnemer
<p>Doel:</p> <ul style="list-style-type: none">• Stimuleer betrokkenheid.• Motiveer deelnemers. <p>Praktisch</p> <p>Het is jouw taak om attent te zijn naar de deelnemers en te checken of iedereen aan de slag kan en weet welke bijdrage hij/zij kan leveren.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Zorg ervoor dat iedereen de middelen heeft om aan de slag te gaan inclusief 'reserve-activiteiten'.• Zorg dat iedereen weet bij wie ze terecht kunnen voor vragen.• Zorg tijdig voor een drankje en snack.

3. NABESPREKING | DEBRIEFING

Na de activiteit	Verzamel alle deelnemers voor een gezellige afsluiting en 'debriefing'
<p>Doel:</p> <ul style="list-style-type: none">• Meer begrip en empathie creëren voor de doelgroep en het sociale probleem door woorden te geven aan de ervaring• Verandering in bewustzijn. <p>Praktisch</p> <p>Deel post-its uit. Laat de deelnemers in een cirkel staan. Stel de volgende 2 vragen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Wat heb je ervaren?• Was dit wat je had verwacht? <p>Laat iedereen in een paar woorden het antwoord schrijven op een post-it en plak deze op de muur. Maak daarna een rondje en laat iedereen in eigen woorden kort antwoord geven op de beide vragen.</p> <p>Tip:</p> <p>Laat eventueel een trainer of coach dit proces faciliteren of bouw hiervoor meer ruimte in om de ervaringen te linken aan leiderschapsvaardigheden, kernwaarden of D&I-beleid.</p>	<p>Benoem wat is bereikt:</p> <ul style="list-style-type: none">• Hoe hebben de vrijwilligers het verschil gemaakt?• Eindig met een korte reflectie.• Maak een foto van alle feedback/post-its. <p>Bedank iedereen voor zijn/haar bijdrage</p> <p>Geef aan wat de mogelijkheden zijn voor eventuele vervolgstappen om betrokken te blijven en bij wie mensen hiervoor terecht kunnen. Maak een groepsfoto en stuur die met een bedankje toe.</p>

samen-
vatting

voorwoord

inleiding

stap 1

stap 2

stap 3

stap 4

stap 5



Stap 4

Zo faciliteer je vrijwilligers(teams)

We schreven het eerder: om meer impact te creëren met je vrijwillige inzet is het slim te kiezen voor transformerend vrijwilligerswerk. Soms zorgt vrijwilligerswerk voor een gevoel van onzekerheid, waardoor sommigen met een vervelend gevoel terugkijken. Dit is eenvoudig op te lossen door een goede briefing, check-in, begeleiding en nabespreking. Deze opzet zorgt voor een veilige ruimte voor vrijwilligers om nieuwe perspectieven over zichzelf, de doelgroep of het maatschappelijke thema te leren kennen en erover na te denken. De vrijwilligersbegeleider speelt hierin een belangrijke rol.

In het algemeen geven vrijwilligers hun tijd en talent puur taakgericht: ze zijn aanwezig, nemen deel, doen de toegewezen taken en gaan weer naar huis. Deze alleen-op-taken gebaseerde benadering mist het raamwerk dat helpt om te begrijpen wat ze ervaren tijdens een activiteit. Je geeft zin aan de ervaring door te vertellen waarom het belangrijk is dat ze meedoen. Hun activiteit krijgt zo betekenis en kan tot verandering van houding en gedrag leiden.

Vrijwilligersbegeleider

De begeleiding - van een (getrainde) vrijwilligersbegeleider - voegt een dimensie toe aan de vrijwilligerservaring: betekenis en zingeving. De check in, begeleiding en kritische reflectie staan centraal in de ervaring. De vrijwilligersbegeleider heeft de vaardigheden en ervaring om activiteiten te begeleiden op een manier die vrijwilligers helpt:

- **Van een taakgerichte naar een verdiepende ervaring:** verbinden van een activiteit aan de doelgroep of missie waarvoor je je inzet. Betrek de doelgroep of laat ze - als dat mogelijk is - hun verhaal vertellen (storytelling). Dan wordt het duidelijk voor wie en waarom je het verschil maakt.
- **Organiseert passende taken en verantwoordelijkheden** zodanig dat ze aansluiten bij de fase van de vrijwilliger (toerist, reiziger, gids, zie Stap 3) en hun niveau van ervaring en bekwaamheid.
- **Denkt na met hen over de doelgroep en het maatschappelijk vraagstuk**, waarvoor ze aan de slag zijn gegaan. In het bijzonder over hun rol daarin.

Briefing, check-in, begeleiding en nabespreking

Soms zorgt vrijwilligerswerk voor een gevoel van onzekerheid, waardoor sommige medewerkers met een vervelend gevoel terugkijken. Mensen kunnen het ook lastig vinden, omdat ze niet veel wisten over een maatschappelijk probleem of ze vonden de activiteit niet uitdagend. Zo gaan ze met een verkeerd beeld naar huis of hebben vragen waar ze geen antwoord op hebben gekregen.

Dit is eenvoudig op te lossen door een goede briefing, check-in, begeleiding en nabespreking. Deze opzet zorgt voor een veilige ruimte voor vrijwilligers om nieuwe perspectieven over zichzelf, de doelgroep of het maatschappelijke thema te leren kennen en erover na te denken.

samen-
vatting

voorwoord

inleiding

stap 1

stap 2

stap 3

stap 4

stap 5



'Ik heb veel geleerd over kinderarmoede'

Deze vrijwilligersactiviteit heeft mijn ogen geopend. Ik heb veel geleerd over kinderarmoede én eraan bij mogen dragen het een beetje te verzachten. Ik heb ook nooit geweten dat in de Nederlandse steden 1 op de 10 kinderen in armoede leeft.

Reactie van een vrijwilliger

➤ Briefing

Plan ongeveer een week van tevoren een korte digitale (lunch)bijeenkomst om je collega's voor te bereiden op de samenwerking en het belang van hun bijdrage en aanwezigheid. Neem het programma en draaiboek door en zorg dat alle deelnemers dit een week van tevoren ontvangen.

➤ Check-in

Doorbreekt **de mythe van de 'helper'**. De vrijwilligersbegeleider, meestal in samenwerking met de non-profit-partner, schetst een beeld van degene voor/met wie je aan de slag gaat en vertelt het verhaal achter de activiteit, de reden waarom we hier zijn. De briefing is een **eyeopener** waarmee de begeleider schetst dat vrijwillige inzet een manier is om met tijd en talent bij te dragen aan onze samenleving. Maar daar eindigt het niet. Het is namelijk ook een kans om te zien hoe we beter kunnen samenwerken, contact kunnen maken met anderen en om inzicht te vergroten over onze overtuigingen en vooroordelen.

➤ Begeleiding

Hierbij leert de begeleider de behoeften van vrijwilligers kennen en wijst taken en verantwoordelijkheden toe in overeenstemming met hun fase in de vrijwilligersreis. Als een vrijwilliger bijvoorbeeld vrij

nieuw is in het vrijwilligerswerk (de toerist), biedt de begeleider support door de vrijwilliger duidelijke, gemakkelijke taken en wat minder verantwoordelijkheid te geven. Een meer volwassen vrijwilliger (de reiziger) kan complexere taken toegewezen krijgen en kan worden gevraagd om toezicht te houden op andere vrijwilligers. Begeleiders zijn getraind om gedrag te herkennen en de juiste vragen te stellen om vrijwilligers een inspirerende ervaring te bieden, die aansluit op de fase van hun vrijwilligersreis.

➤ Nabespreking

Dit onderdeel is van belang aan het einde van een activiteit of bij bepaalde mijlpalen gedurende een langlopende samenwerking. Het geeft vrijwilligers de kans om hun verhaal te vertellen – om na te denken. De begeleider brengt de groep bij elkaar om hun gedachten over de ervaring te delen. Dit gaat niet over logistiek of organisatie, maar over de gevoelens van vrijwilligers. De twee belangrijkste vragen: **'Wat heb je ervaren?'** en **'Was het wat je had verwacht?'**

Eigen schuld, dikke buil?

Dakloos zijn is je eigen schuld, een eigen keuze. Dat was mijn vooroordeel voor ik aan een vrijwilligersactiviteit met daklozen meedeed. Nu ik ze heb horen vertellen hoe ze dakloos zijn geworden, kijk ik er heel anders tegenaan: iemand heeft pech gehad in zijn leven door ziekte, een ongeval of wat dan ook. Ik besef nu dat het ook mij had kunnen gebeuren. De volgende keer als ik met de trein naar mijn werk ga en het station uitloop, loop ik niet meer met een boog om een dakloze heen. Nee, ik kijk hem aan en zeg vriendelijk goedendag."

Reactie van een vrijwilliger

samen-
vatting

voorwoord

inleiding

stap 1

stap 2

stap 3

stap 4

stap 5



Stap 5

Mobiliseren van medewerkers en communiceren

Hoe mobiliseer ik mijn medewerkers? Het is waarschijnlijk de meest gestelde vraag bij bedrijven. Het antwoord: benader je collega's persoonlijk, stel een ambassadeursnetwerk in of laat de CEO en managers het goede voorbeeld geven. Ook belangrijk is de balans te zoeken tussen de passie van de medewerkers en de bedrijfsstrategie.

Verschillende benaderingen en verschillende motieven - iedereen vraagt andere aanpak. Ongeveer de helft van de medewerkers doet mee om sociale redenen zoals goed willen doen of omdat ze op zoek zijn naar activiteiten die ze leuk vinden om samen met collega's te doen. Vrijwilligerswerk als 'teamuitje' is populair bij veel bedrijven.

1. Vraag collega's persoonlijk

De persoonlijke aanpak is het meest effectief. Door het vele thuiswerken is dat wel lastiger geworden.

2. Stel een 'impact team' of ambassadeursnetwerk in

van enthousiaste medewerkers uit verschillende afdelingen die meedenken en meedoen met de diverse programma's en hun collega's enthousiasmeren en mobiliseren.

3. Leiderschap: laat de CEO en de managers het goede voorbeeld geven

Maak dit zichtbaar in de (interne) communicatiekanalen. Een persoonlijke mail of video-oproep vanuit het management/CEO wordt vaak beter gelezen dan een algemene nieuwsbrief.

4. Focus op een bepaalde periode of thema

Organiseer bijvoorbeeld een actiemaand en bundel zo alle vrijwillige inzet voor nog meer impact.

5. Kijk wat binnen jouw bedrijf effectieve communicatiekanalen zijn en omarm ze

Zorg voor de juiste content. Wees op zoveel mogelijk kanalen/plekken zichtbaar en zorg ervoor dat mensen zich via al die kanalen kunnen aanmelden (intranet, WhatsApp, LinkedIn, Yammer, weekstart, haak aan bij een stand-up of overleg). Ga in gesprek met de collega's die je wilt bereiken en vraag welke media hun aandacht heeft. Denk aan het prikbord in de koffiecorner.

Participatiegraad

Wat wil je bereiken? Welk percentage van je medewerkers wil je dat minimaal meedoet aan een activiteit? Hoe groot is je ambitie? Er is helaas (nog) geen Nederlands onderzoek, maar uit internationaal onderzoek en onze praktijkervaring blijkt dat gemiddeld 29 procent van de medewerkers meedoet. Bij een kwart van die deelnemende bedrijven ligt dat percentage op 43.

samen-
vatting

voorwoord

inleiding

stap 1

stap 2

stap 3

stap 4

stap 5



Hoe communiceer je, intern en extern?

Je wilt graag over deze samenwerking vertellen, maar hoe zet je de samenwerking in de schijnwerpers zonder te pronken? Hou het klein, laat het anderen doen. Zet bijvoorbeeld de ervaringen van je medewerkers in de schijnwerpers door storytelling, vraag ze om hun ervaringsverhalen te delen en help ze hier eventueel bij. Steun je maatschappelijke organisatie bovendien met jouw communicatie-expertise. Natuurlijk kun je je betrokkenheid ook laten zien op de [Good Busy website](#).

Storytelling:

Deel de ervaringen van je medewerkers of vraag ze hun ervaring te delen (het heeft mijn ogen geopend, ik wist niet dat.....).

Denk aan vragen als:

- In hoeverre ben je meer te weten gekomen over de maatschappelijke problemen in de samenleving en de achterliggende problematiek? Heeft het jouw beeld van de doelgroep veranderd en waardoor dan?
- Wat is er met jou gebeurd tijdens en na de activiteit?
- Wat heeft je verrast? Wat heb je geleerd? Wat neem je mee in de toekomst?
- Raad je collega's aan om mee te doen en waarom?
- Ondersteun het verhaal met een foto van de activiteit of portretfoto van de collega.

Bied je maatschappelijke partner communicatie-support aan

- Hoe ga je als bedrijf om met het extern communiceren van goed doen? Mag je gewoon laten zien dat je trots bent of is dit niet gewenst? Vaak hebben bedrijven een zekere terughoudendheid om zichzelf te profileren op dit thema. Terwijl het vergroten van de zichtbaarheid en bewustwording voor veel maatschappelijke

organisaties juist belangrijk is, want zelf ontbreekt het ze vaak aan voldoende middelen en capaciteit.

- De samenwerking is een unieke manier om de krachten te bundelen en de communicatie af te stemmen met je non-profit-partner. Bied als bedrijf communicatie expertise en support aan om de zichtbaarheid van de maatschappelijke organisatie te vergroten door bijvoorbeeld social media in te zetten voor, tijdens en na de activiteit. Bied aan om handige templates en kant en klare formats en teksten te maken die je afstemt met je non-profit-partner en die je daarna eenvoudig kunt inzetten in de communicatiekanalen. Vaak hebben de maatschappelijke organisaties ook goede contacten met de lokale media en kun je eventueel een gezamenlijk persbericht opstellen. Natuurlijk afhankelijk van ieders wensen en behoefte.

Voorbeeld van storytelling door een medewerker op LinkedIn

„ Als vrijwilliger heb ik me ingezet voor Zonnebloem Actief en twee zorginstellingen. Bij Zonnebloem Actief bijvoorbeeld ben ik een aantal keren mee geweest op een dagtrip voor (relatief) jonge mensen met een handicap. Afgezien van het feit dat het hele gezellige dagen zijn, heb ik ook buiten deze activiteiten nog contact met een aantal van hen. Zulke dagen maken je er bewust van hoe makkelijk sommige zaken voor een persoon zonder beperking zijn. Wij hoeven niet na te denken hoe we de bus instappen; of dat er op locatie geen toilet aanwezig is waar je met je rolstoel in kan komen. Het maakt je ervan bewust dat je sommige zaken nooit als vanzelfsprekend mag gaan beschouwen. Ik heb ervaren dat een klein helpend handje een enorme impact kan hebben.

samen-
vatting

voorwoord

inleiding

stap 1

stap 2

stap 3

stap 4

stap 5



Inspireer andere bedrijven en laat je betrokkenheid zien op de Good Busy website

Good Busy is een programma van Vereniging NOV en helpt bedrijven met kennis, tools en inspiratie om stappen te zetten op het gebied van medewerkersvrijwilligerswerk en samen bij te dragen aan het versterken van de brede welvaart.

Het verhaal van jouw bedrijf kan andere bedrijven ook inspireren om hierin een volgende stap te zetten en jij kunt via Good Busy ook inspiratie en intervisie vinden van andere ondernemers.

Dat kan onder andere via de verhalen van ondernemers op de website van Good Busy, maar nog leuker is het om gelijkgestemde betrokken bedrijven te ontmoeten in het Good Busy Kenniscafé of het Good Busy MKB-café. Dat zijn (online) bijeenkomsten waarin experts en ondernemers kennis en ervaringen delen over medewerkersvrijwilligerswerk en waar ruimte is om vragen te stellen, mee te denken en vooral in contact te komen met andere bevlogen ondernemers.



‘Geen borstklopperij maar enthousiast maken’

” We voeren een actief social media beleid waarbij de focus echt ligt op het enthousiasmeren en stimuleren van onze eigen collega’s. Vanuit de Foundation plaatsen we content die vooral de breedte van onze activiteiten laat zien. Daarnaast vragen we onze ambassadeurs om ons te volgen op Instagram, LinkedIn en Facebook en niet alleen content actief te delen in hun netwerk, maar ook zelf mooie verhalen te plaatsen. Op deze manier proberen we onze bijna 30.000! collega’s te bereiken via social media.

Nancy Houtman Gisberts, Facilicom Foundation.

” Door COVID is er een switch gekomen om meer individueel en vanuit huis vrijwilligerswerk te doen in de nabije omgeving. De circa 150 vrijwilligers die deelnamen aan een vrijwilligersactiviteit met focus op kinderarmoede konden zich via een QR-code aanmelden voor een WhatsApp groep. Hier deelden we foto’s, tips en ervaringen met elkaar. We waren verrast door de enorme positieve energie die in deze groep ontstond. In deze tijden van thuiswerken zagen we dat ‘het goed doen’ in combinatie met de WhatsApp groep er een enorm groot teamgevoel ontstond van collega’s die elkaar niet kennen en elkaar niet meer zien door de thuiswerksituatie. Onbewust hadden we een community gebouwd en teambuildingsgevoel gecreëerd. Iets wat enorm belangrijk is nu mensen elkaar niet meer op kantoor kunnen ontmoeten.

Ronald Smit, Vattenfall Foundation.

samen-
vatting

voorwoord

inleiding

stap 1

stap 2

stap 3

stap 4

stap 5



Bijlage 1

Checklist, draaiboek en evaluatievragen voor hands-on-activiteit

Programma [dag, datum, van ... uur – tot .. uur]

[aantal] vrijwilligers van bedrijf x

Voor wie en waarom?

Voorbeeld: Veel bewoners van zorginstellingen zijn vaak minder mobiel. Door de drukte in de zorg zijn uitstapjes soms niet mogelijk. Simpelweg omdat er te weinig tijd is en de bewoners vaak één op één begeleiding nodig hebben. Met een dosis vitamine A van Aandacht tover jij een glimlach tevoorschijn.

Praktische informatie:

De cliënten mogen vanwege de privacy niet herkenbaar in beeld. Maak van hen geen foto's. Zorg voor goede loopschoenen en een warme (regen)jas. Vrijwilligerswerk is niet vrijblijvend. We rekenen op je komst! Mocht je onverhoopt verhinderd zijn, zorg dan zelf voor vervanging, etc.

Contactpersonen bedrijf en maatschappelijke organisatie (inclusief gegevens van back-up persoon) naam, telefoon, e-mail van teamcaptain bedrijf en aanspreekpunt maatschappelijke organisatie.

Wat ga je doen? Taken:

Tijd	Wat	Wie
8.30 uur	Inloop vrijwilligers. Ontvangst met koffie/thee en iets lekkers	
9.00 uur	Ontvangst en welkomstwoord. Vertel: <ul style="list-style-type: none"> • WHY: Voor wie gaan we aan de slag? Waarom is dat belangrijk? • WHAT: wat gaan we doen? Taken en programma • Storytelling: schets een beeld van degenen voor wie je aan de slag gaat. Probeer - als het mogelijk is - de doelgroep of cliënten te betrekken bij de activiteit of wellicht is er een één minuut filmpje beschikbaar? Kort voorstelrondje. Gelegenheid om kennis te maken met de andere vrijwilligers in je groep. Vraag: wie heeft er al eerder vrijwilligerswerk gedaan?	

samen-
vatting >

voorwoord >

inleiding >

stap 1 >

stap 2 >

stap 3 >

stap 4 >

stap 5 >



Tijd	Wat	Wie
Circa 9.30 uur	Taken en groepsindeling	
12.00 – 13.00 uur	Lunch. Tussenstand delen	
13.00 uur	Weer aan de slag: eventueel (her) verdeling van werk en samenstelling van groepen aanpassen	
16.00 - 16.20 uur	Drankje en afsluiting en nabespreking met de groep vrijwilligers. Groepsfoto (denk wel aan privacy). Dankwoord & Afsluiting. Debriefing. Korte reflectie met iedereen: 1. Was dit wat je had verwacht? 2. Wat heb je ervaren? (in één woord op een post-it laten zetten). Deelnemers vertellen wat ze opschreven en plakken de post-it op een grote flipover.	

✓ CHECKLIST

Organisatie | Inhoudelijk

- Wat is de aanleiding en doelstelling voor bedrijf x: Waarom is dit project belangrijk? Hoe maken de vrijwilligers het verschil? Zijn de werkzaamheden zinvol en impactvol voor beide partijen?
- Is direct contact of interactie met de doelgroep mogelijk? Als dit lastig is: kunnen we eventueel samen lunchen? Kan er bij aanvang door middel van storytelling een beeld en achtergrond geschetst worden? Voor wie zetten we ons (indirect) in?
- Kwaliteit: Wanneer is het bedrijf en de maatschappelijke organisatie tevreden? Wat zijn de verwachtingen en hoe ziet het eindresultaat eruit? Hoe meet je dat achteraf?
- Randvoorwaarden: hoeveel uur stelt het bedrijf in werktijd beschikbaar?
- Hoe ziet het programma er uit (wie, wat, waar, wanneer, wat nodig?)
- Wat zijn de werkzaamheden en taken van de vrijwilligers?
- Haalbaarheid? Zijn alle activiteiten te realiseren binnen de gestelde tijd?
- Wat zijn de eventuele reserveklussen als de vrijwilligers eerder klaar zijn?

samen-
vatting

voorwoord

inleiding

stap 1

stap 2

stap 3

stap 4

stap 5



- Wat zijn de risico's: een project kan te maken krijgen met tegenslagen, zoals:
 - deelnemers die niet komen opdagen of ziek zijn, welke afspraken maak je dan? Of ze zeggen last minute af?
 - alternatief programma bij slecht weer (regen, kou), is er een back-upplan voor binnen?
- Hoe, wie en wanneer nemen we een beslissing hierover?
- Welke persoon, vanuit de maatschappelijke organisatie, begeleidt deze samenwerking en is het eerste aanspreekpunt? Denk ook bijvoorbeeld aan een rolstoelinstructie.
- Is er technische begeleiding en instructie tijdens het project? Zo niet, kunnen we dit inhuren om de kwaliteit te garanderen?
- Wie doet de briefing bij de start en wie begeleidt de reflectie aan het eind van de activiteit?

Catering

- Koffie/thee/koek bij ontvangst?
- Afspraken over de lunch
- Afsluitend drankje & snack?
- Pauzes?
- Aantal deelnemers?
- Allergieën of dieetwensen?

Facilitair/Logistiek

- Hoe gaat het met vervoer/waar kun je parkeren?
Routebeschrijving?
- Afspraken over carpoolen?
- Waar en bij wie melden de deelnemers zich bij aanvang?
- Garderobe?
- Gezondheid & Veiligheid: waar is de EHBO-kist te vinden?
- Check wie van de vrijwilligers en begeleiders een EHBO-/BHV-diploma heeft
- Aan welke gezondheidsregels dienen de medewerkers zich te houden? Bijvoorbeeld mondkapjes?
- Hoe is de verzekering voor de vrijwilligers (WA/letsel) geregeld?
- Welke middelen, apparatuur en materialen zijn nodig?
- Wat is het kledingadvies? Denk aan werkhandschoenen, laarzen. Is er een omkleedruimte beschikbaar?
- Lockers: is er een afsluitbare plek voor kostbare spullen als laptops?
- Wie regelt de naamstickers (met voornaam) voor alle deelnemers en de doelgroep?
- Eventueel aandenken of bedankje aan de doelgroep (een handgeschreven kaartje, foto, bloemetje?) of aan de deelnemers (certificaat?).

samen-
vatting >

voorwoord >

inleiding >

stap 1 >

stap 2 >

stap 3 >

stap 4 >

stap 5 >



Communicatie

- Fotografie: check of dit mag vanwege de privacy van de cliënten.
- Social media afspraken en afstemming communicatie boodschap.
- Beslisser uit eigen bedrijf vragen voor welkomst- en dankwoord.
- Informeren collega's, deelnemers en de non-profit-organisatie.
- 'Warming up': digitale (lunch)infosessie van 15 tot 20 minuten met alle deelnemers. Verwachtingsmanagement & presenteren van de activiteit aan de deelnemers.
- Maak foto's en een één minuut filmpje bij het intakegesprek met de maatschappelijke organisatie en vertel daarin wat je gaat doen en voor wie en waarom dat zo belangrijk is voor de doelgroep of maatschappelijke organisatie.
- Programma/draaiboek/adres etc. sturen aan deelnemers uiterlijk 1 week voor aanvang.
- Hoe en wanneer evalueren we of de gestelde doelen zijn behaald? Zetten we hiervoor een mailing in?
- Dienen medewerkers hun uren ergens te registreren?

Financieel

- Benodigd budget/begroting. Denk aan bijvoorbeeld aan:
 - kosten van aanschaf van middelen bij een klusactiviteit;
 - eventuele inhuur van expert-begeleider;
 - cateringkosten;
 - entree/vervoer cliënten (bij uitstapjes);
 - kosten van inhuur professionele intermediair voor search & matchmaking, eventmanagement.
- Afspraken over facturatie en declaratie van gemaakte kosten.

EVALUEREN

Evalueren kan op vele manieren. Je bent nieuwsgierig welk effect jouw activiteiten hebben op de maatschappelijke organisatie en de doelgroep. Maat ook op je bedrijf en medewerkers. Zijn bijvoorbeeld de doelstellingen gehaald die we geformuleerd hebben? Evalueren is leren. Leren van de input van betrokken partijen. Die leermomenten neem je weer mee om je programma volgende keer nog succesvoller te maken. Bijna alle bedrijven meten hoeveel vrijwilligers en hoeveel uren zijn gerealiseerd. Maar deze cijfers zeggen nog niet zoveel over de echte impact.

Je kunt ook meten wat de verwachte veranderingen zijn op drie niveaus:

- 1. Activiteiten:** wat doe je concreet voor de maatschappelijke organisaties en hun doelgroep?
- 2. Effecten & hogere effecten:** welke veranderingen vinden er plaats door de activiteiten en wat verandert er concreet er bij de stakeholder? Een direct effect brengt vaak weer een volgende verandering teweeg, namelijk
- 3. Impact:** dit zijn effecten die niet direct door jouw activiteit komen maar waaraan jouw bedrijf wel indirect aan bijdraagt.

samen-
vatting

voorwoord

inleiding

stap 1

stap 2

stap 3

stap 4

stap 5



Evalueer als alles nog vers in het geheugen zit. Hieronder zie je een voorbeeld enquête voor de medewerkers. SurveyMonkey is een handige en veelgebruikte tool om enquêtes af te nemen.

1. Hoe heb je over deze activiteit gehoord?
Via een collega, prikbord, intranet, LinkedIn, WhatsApp, Yammer, anders.
2. Was vooraf duidelijk wat de actie en werkzaamheden inhielden?
Jazeker - Kan beter - Totaal niet
3. Kwam deze verwachting overeen met de uitvoering op de dag zelf?
Jazeker - Niet echt, verliep toch anders - Totaal niet
4. Hoe heb je de instructies en informatievoorziening ervaren?
Goed - Kan beter - Slecht
5. Ik ben zeer tevreden over de begeleiding door de vrijwilligersbegeleider / teamcaptain van deze activiteit.
Deze vraag en volgende vragen beantwoorden met:
Helemaal niet mee eens - Niet mee eens - Neutraal - Mee eens - Helemaal mee eens
6. Ik ben zeer tevreden over de begeleiding vanuit de maatschappelijke organisatie waar ik mijn vrijwilligerswerk heb gedaan.
7. Het voelt goed dat mijn werkgever me hiertoe in staat stelt.
8. Door mijn deelname voel ik mij meer betrokken bij de missie van de maatschappelijke organisatie waar ik vrijwilligerswerk heb verricht.
9. Ik heb meer inzicht gekregen in het sociale thema of probleem door mee te doen aan deze vrijwilligersactiviteit.
10. Ik heb meer begrip gekregen voor de doelgroep waarvoor we aan de slag gingen.
11. Door mijn deelname aan deze activiteit is mijn interne netwerk van contacten toegenomen ja/nee.
12. Door deelname aan deze activiteit heb ik mijn collega's beter leren kennen.

13. Ik vind het belangrijk dat mijn werkgever mij de mogelijkheid biedt deel te nemen aan maatschappelijke activiteiten.
14. Onze bijdrage aan deze activiteit /programma draagt bij aan de gewenste reputatie van ons bedrijf.
15. Mijn waardering voor dit vrijwilligersproject is het cijfer. (schaal 1 – 10)
16. Wie of wat was er bijzonder, heeft jou geraakt of verrast? Waarom maakte dat de meeste indruk? (open vraag)
17. Wat vond je een sterk punt en welk advies geef je ons om te verbeteren?
18. Hoe waarschijnlijk is het dat je de activiteiten van [naam bedrijf/ foundation] zou aanbevelen aan een vriend of collega? (NPS-score)
19. Hoe waarschijnlijk is het dat je je weer aanmeldt als je bedrijf volgende keer weer meedoet? Geef een antwoord op een schaal van 0 ("Helemaal niet waarschijnlijk") tot 10 ("Buitengewoon waarschijnlijk")
20. Hoe waarschijnlijk is het dat je naar aanleiding van deze ervaring je nogmaals gaat inzetten voor dezelfde non-profit-organisatie
21. Ben je momenteel actief als vrijwilliger of ben je dit in het verleden wel eens geweest? Wat is je geslacht? In welke leeftijdscategorie val je?

samen-
vatting

voorwoord

inleiding

stap 1

stap 2

stap 3

stap 4

stap 5



Bijlage 2

Pro-bono-diagnose en vragenlijst

Zie voor meer informatie ook het Pro Bono Guidebook²¹ en 'Powered by Pro Bono Guidebook²²' van Taproot.

Bestudeer vooraf de website en vraag naar beschikbare documenten of vraag deze stukken op: organogram, communicatieplan, jaarverslag, jaarrekening.

Als je bekend bent met het **Business Model Canvas** zou je dit kunnen gebruiken om een beeld te vormen van de non-profit-organisatie. Een designsessie is ook een goede methodiek om achter de wensen en behoeften komen.

Tips: probeer eerst de ander te begrijpen voordat je met oplossingen en 'goedbedoelde' adviezen komt. Je vraagt veel tijd van je non-profit-partner (en jezelf). Gebruik deze tijd alleen als je een oplossing kunt bieden voor hun behoeften, genoeg expertise in huis hebt (denk ook aan het inschakelen van je leveranciers, klanten, netwerk) of een lange-termijnsamenwerking start. Hoe concreter de afspraken, des te groter de kans op succes. Ga het traject met twee bedrijfsvrijwilligers in (bijvoorbeeld een senior en een junior, zodat er altijd een back-up is voor de maatschappelijke organisatie).

Visie

- Kun je je organisatie pitchten?
- Wat is je droom? Je visie? Wat is je ultieme doel? Wat is het ideaal dat je wilt bereiken?
- Wat voor sociale verandering in de samenleving wil jouw organisatie bewerkstelligen?
- Wat kan jouw project/organisatie tot een succes maken?
- Bijvoorbeeld: het beëindigen van dakloosheid in deze regio, taboe rondom psychiatrie doorbreken.

Missie/droom

- Wat is de missie van je organisatie om de visie te bereiken?
- Wat zijn de belangrijkste activiteiten die deze missie ondersteunen?
- Denk bijvoorbeeld aan het trainen en vinden van maatjes voor onze kwetsbare jongeren.

Waarden

- Welke waarden motiveren jou en bepalen de activiteiten van je non-profit-organisatie?
- Welke waarden delen en erkennen de non-profit-leiders/management?
- Door het lezen van je documenten hebben we deze en deze waarden geïdentificeerd: in hoeverre corresponderen deze met de waarden van het non-profit-project?

samen-
vatting >

voorwoord >

inleiding >

stap 1 >

stap 2 >

stap 3 >

stap 4 >

stap 5 >



Historische achtergrond

- Wat zijn de mijlpalen van jouw organisatie?
- Is er de laatste jaren een belangrijke verandering geweest in het non-profit-team?
- Is er een verandering geweest in de manier van werken?
- Is een bepaalde bron schaars geworden (bijvoorbeeld subsidie, vrijwilligers)
- Zijn er grote kansen voorbij gekomen die zijn binnengehaald of gemist?

INTERNE ORGANISATIE

Governance/aansturing

- Hoe ziet het organogram eruit?
- Wie nemen deel aan het bestuur?
- In welke mate zijn bestuursleden actief betrokken bij de organisatie? Hebben ze een meer besluitvormende rol of een adviserende rol?
- Wat is het profiel van de bestuursleden?
- Wie neemt de beslissingen? Ten aanzien van welke onderwerpen?
- Hoe vaak komt het bestuur bij elkaar?
- Hoe is de verhouding tussen betaalde medewerkers en bestuursleden?
- Hoeveel leden heeft de non-profit-organisatie?

Werkgebied

- In welke regio is jouw non-profit-organisatie actief?
- Waar is het hoofdkantoor gevestigd?
- Zijn er vestigingen? Zo ja, waar?

MIDDELEN

Aantal en profiel van vrijwilligers

- Hoeveel vrijwilligers helpen de non-profit-organisatie?
- Wat is hun profiel (jonge mensen, gepensioneerde mensen, bedrijfspvrijwilligers etc.)?
- Wat is hun rol/taak?
- Hoe betrokken zijn ze bij de organisatie?

Aantal en profiel van de medewerkers

- Hoeveel betaalde krachten heeft de organisatie?
- Zijn er ook betaalde krachten met een andere status (stagiaires, afstudeerders), hoeveel?
- Hoeveel fte is dit?
- Wat zijn hun rollen/functies?

Budget, jaarcijfers

Inkomsten: wat zijn de bronnen van inkomsten (publieke gelden, donaties, subsidie, verkoop van goederen of diensten)? Hoe is de verdeling van deze inkomsten (bijvoorbeeld 40 procent is subsidie van gemeente).

Wat is het aandeel van de grootse inkomstenbron op het totaal?

Uitgaven: wat zijn de uitgaven: salaris, inhuur derden, overhead, kantoor e.d.?

Trend: wat was de trend in het verleden en wat zijn de verwachte trends?

Wat is de ambitie van de non-profit-organisatie? (Bijvoorbeeld het financieringsmodel duurzamer maken door ook 40 procent te genereren door verkoop van diensten)?

samen-
vatting

voorwoord

inleiding

stap 1

stap 2

stap 3

stap 4

stap 5



Stakeholders

- Met welke externe partijen heeft de non-profit te maken?
- Wie zijn de beneficiënten of doelgroep van de non-profit-organisatie?
- Wie zijn de bedrijfs-, publieke en non-profit-partners?
- Is de non-profit-organisatie onderdeel van bepaalde netwerken?

Programma's en diensten

- Wat zijn de verschillende programma's en diensten die de non-profit levert?
- Kun je je activiteiten prioriteren? Bijvoorbeeld in termen van vaardigheden of tijd die nodig is voor bepaalde activiteiten?
- Aan welke activiteiten ben je de meeste tijd kwijt? Zie je deze activiteiten ook als de belangrijkste activiteiten? Wat zijn minder belangrijke activiteiten? In dit geval, wat is de reden dat je de meeste tijd hieraan besteedt?
- Zou je je activiteiten willen diversifiëren, behouden, verminderen of uitbreiden?

SWOT (strengths en weaknesses)

- Wat zijn volgens jou de sterktes en verbeterpunten van de organisatie (intern binnen de organisatie)?
- Wat zijn de kansen om te verbeteren en wat zijn de kansen (extern in de omgeving)?
- Wat zijn de risico's en bedreigingen?

Doelen en prioriteiten

- Bouwend op wat is gezegd wanneer we over de sterktes en verbeterpunten praten.
- Door de organisatie genoemde verbeterpunten kunnen potentiële pro-bono-projecten zijn.
- Bouwend op de droom en visie en de analyse op wat hierover gezegd is.
- Wat zijn je speerpunten of de veranderingen die je op de korte (komend jaar) en middellange termijn (komende 2 à 3 jaar) wilt realiseren?

Uiteindelijk levert deze analyse concrete doelen en deliverables op, bijvoorbeeld:

- **Doel:** verbeter de website analytics en maak het mogelijk om donaties via de website te kunnen ontvangen. Het liefst ook met een communicatiecampagne om onze zichtbaarheid te verbeteren.
- **Vereisten / Requirements:** de applicaties moeten door iedere vrijwilliger eenvoudig te gebruiken zijn omdat er geen betaalde professionals zijn. De oplossing moet aansluiten op CMS Wordpress.
- **Deliverables:** dashboard met informatie van het aantal websitebezoekers per week en installeren van een eenvoudige donatiebutton.
- **Benoem benodigde skills** en tijdsinvestering.
- **Maak een realistisch tijdspad**, houdt hierbij ook rekening met de inzet en capaciteit (fte) van de non-profit-organisatie.

samen-
vatting

voorwoord

inleiding

stap 1

stap 2

stap 3

stap 4

stap 5



Definities

Maatschappelijk Betrokken Ondernemen (MBO)

Dit is een onderdeel van MVO / CSR en is de vrijwillige bijdrage van bedrijven om (lokale) gemeenschappen te versterken en positieve sociale impact te creëren – altijd in samenwerking met maatschappelijke experts, zoals sociale ondernemingen, non-profit-organisaties of goede doelen. Een onderdeel van MBO is medewerkersvrijwilligerswerk, ook wel corporate volunteering of employee volunteering.

Medewerkersvrijwilligerswerk

“De door hun werkgevers aangemoedigde en ondersteunde vrijwillige activiteiten van werknemers in hun lokale gemeenschap.” De soort ondersteuning die geboden wordt (bijvoorbeeld vrij van werk om vrijwilligerswerk te doen, coördinatie van vrijwilligersprojecten door het bedrijf en beloning en erkenning van vrijwilligers) loopt per programma uiteen. Prof dr. Meijs, L. (z.d.). Vrijwillige inzet onderzocht. Geraadpleegd op 3 mei 2021, van citeseerx.ist.psu.edu

MVO/CSR

Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) wordt ook wel aangeduid met duurzaam ondernemen, verduurzamen van de bedrijfsvoering of Corporate Social Responsibility (CSR). Het is een vorm van ondernemen gericht op economische prestaties (Profit), met respect voor de sociale kant (People), binnen de ecologische randvoorwaarden (Planet): de triple-P-benadering.

Skills-based-vrijwilligerswerk

Hierbij deelt een medewerker haar/zijn capaciteiten, talenten, netwerken om bij te dragen aan een vraagstuk van een non-profit-organisatie. Dit kan al dan niet pro-bono-vrijwilligerswerk omvatten, waarvoor een vaardigheid nodig is die elke dag in je werk wordt gebruikt en die je toepast in je werk om een complex maatschappelijk vraagstuk aan te pakken.

Pro-bono & Low-bono

Pro-bono-vrijwilligerswerk; geef waar je goed in bent. Deze term gebruiken we voor werk dat professionals vrijwillig en onbetaald uitvoeren ten dienste van de maatschappij. Denk aan juridisch-, communicatie-, IT-, marketingadvies of bestuursleden die hun diensten gratis inzetten om non-profit-organisaties te helpen. Low-bono is diensten aanbieden tegen zeer hoge kortingen.

Transformatief leren

Jack Mezirow geeft zelf aan transformatief leren de volgende definitie: het kritisch bewust worden van stilzwijgende veronderstellingen of verwachtingen en het beoordelen van hun relevantie voor het maken van een interpretatie. Bij transformatief leren gaat het om een andere vorm van leren: anders naar een situatie leren kijken, een ander perspectief leren innemen, een andere frame ontwikkelen.

samen-
vatting >

voorwoord >

inleiding >

stap 1 >

stap 2 >

stap 3 >

stap 4 >

stap 5 >



Virtueel/online vrijwilligerswerk of E-volunteering

Online vrijwilligerswerk is een groeiend fenomeen en eigenlijk niets nieuws. Mensen zijn hierbij niet meer fysiek aanwezig als ze vrijwilligerswerk doen, maar op afstand, vanuit huis of een andere locatie met gebruik van internet en een computer, tablet om vrijwilligerswerk te doen.

Transactioneel vrijwilligerswerk: gericht op de activiteit

De gebruikelijke vrijwilligerservaring is gericht op iets goed doen voor de ander of de samenleving. Vaak met een grote focus op de activiteiten en taken. Hierbij ga je als vrijwilliger aan de slag, zonder de verwachting dat je er iets voor terugkrijgt. De 'beloning' is veelal het gevoel om verschil te maken door een ander te helpen. Het zijn activiteiten waar we komen opdagen, een beetje leren over de maatschappelijke organisatie, plezier hebben met collega's en de taken voltooien.

Transformerend vrijwilligerswerk legt de nadruk op de ervaring

Deze vorm van vrijwillige inzet richt zich behalve op de taak ook op de ervaring van jou als mens en wat het met je doet. Het kan je inzichten veranderen over de wereld of over jezelf. Je leert met een brede blik kijken en ontwikkelt gelaagde perspectieven op ingewikkelde vraagstukken. Dat kan leiden tot een verandering van je houding en gedrag²⁰. Het leidt bij medewerkers bijvoorbeeld tot meer inlevingsvermogen en helpt om zich verder te ontwikkelen. Medewerkersvrijwilligerswerk als nieuwe manier van leren door ervaring. Deze ervaringen hebben de potentie om levens, werkplekken en de samenleving te veranderen.

Meer weten? Klik hier voor de [gratis online cursus](#) (Engelstalig). Deze online cursus geeft bedrijven en vrijwilligersbegeleiders de kennis en tools om effectief hun vrijwilligersactiviteiten te organiseren en begeleiden.

samen-
vatting

voorwoord

inleiding

stap 1

stap 2

stap 3

stap 4

stap 5



Bronnen

- 1 www.nov.nl/themas/wetenschap/cijfers/default.aspx
- 2 www.filantropischestudies.nl/publicatie-geven-in-nederland-2020/
- 3 Mezirow, J. (1991). Transformative Dimensions of Adult Learning. San Francisco, CA: Jossey-Bass
- 4 www.samenvooreindhoven.nl/wp-content/uploads/2021/01/Rapportage-Theory-of-Change.pdf
- 5 Medewerkersvrijwilligerswerk als HR-instrument door Dr. Lonneke Roza (Webinar NVP -netwerk voor HR professionals- in samenwerking met Good Busy)
- 6 tulser.com/gek-van-trainingen-organisaties-doe-de-702010/
- 7 Business.linkedin.com (30 July 2018), Payroll-reporter.com (6 June 2018), Fortune.com (2017)
- 8 www.goededoelennederland.nl/sector/nieuws/onderzoek-geven-nederland-2020-gepubliceerd
- 9 www.sdgnederland.nl
- 10 ongreads.cbs.nl/monitor-brede-welvaart-en-sdgs-2021/brede-welvaarttrends
- 11 beursvloer.com
- 12 www.nldoet.nl
- 13 www.good-deeds-day.org
- 14 www.earthday.org
- 15 www.worldcleanupday.nl
- 16 www.sdgnederland.nl/sdg-action-day
- 17 www.eentegeneenzaamheid.nl/week-tegen-eenzaamheid
- 18 www.maatjesgezocht.nl/wat-doen-maatjes
- 19 Hoe men goed eenmalig vrijwilligerswerk organiseert door Stephanie Maas MSc, RSM www.vrijwilligerswerk.nl/themas/wetenschap/wetenschap+-+blogs+en+nieuws/1909384.aspx?t=hoe-organiseer-je-eenmalig-vrijwilligerswerk-
- 20 Mezirow, J. (1991). Transformative Dimensions of Adult Learning. San Francisco, CA: Jossey-Bass
- 21 Pro Bono Guidebook van Common Impact – beschrijving vanuit de maatschappelijke organisatie: www.capacitycommons.org/guidebook/learn/about-skills-based-volunteerism/
- 22 Handboek Powered by Pro Bono - door Taproot Foundation

samen-
vatting >

voorwoord >

inleiding >

stap 1 >

stap 2 >

stap 3 >

stap 4 >

stap 5 >



Colofon

Uitgave: Vereniging NOV - Good Busy

Auteurs: Originele inhoud door Chris Jarvis, Realized Worth.

Met toestemming aangepast aan de Nederlandse context door Esther Hofstede, projectleider bedrijven NOV en Realized Worth affiliate.

Eindredactie: Astrid van Wijk

Ontwerp: Suggestie & illusie

Fotografie: Didie Schackman (p. 12)



www.goodbusy.nu

Wil je informatie uit de toolkit overnemen en publiceren?
Graag met bronvermelding.

Uitgave 4, oktober 2023

Adviesraad Good Busy:



BIZZOMATE

**Deloitte
IMPACT
FOUNDATION**

=exact

**Maatschappelijke
Alliantie**

**MKB
Nederland**

**NVP
NETWERK VOOR HR-PROFESSIONALS**

**Vattenfall
Foundation NL**

zaken expert
Grensverleggend in Stedelijke economie
& Ondernemerschap

samen-
vatting

voorwoord

inleiding

stap 1

stap 2

stap 3

stap 4

stap 5