



Ontwerp
je
strategie

Toolkit voor social impact

De 5 principes voor impactvolle medewerkersvrijwilligers-programma's



Inhoud

Samenvatting	3
Voorwoord	5
Inleiding	6
 De 5 principes	
Principe 1 Balans tussen bedrijfsstrategie en de passie van de medewerker	10
Principe 2 Geef vorm aan effectieve partnerschappen	13
Principe 3 Portfolio: herken de veelzijdigheid van vrijwilligerswerk	16
Principe 4 Medewerkersvrijwilligerswerk als essentieel onderdeel van HR	18
Principe 5 Integreer medewerkersvrijwilligersbeleid in je organisatiecultuur	20
 Impact meten en checklist	 22
En nu aan de slag	26
 Definities	 27
Verder lezen & boektips	28
Bronnen	29



Samenvatting

Good Busy: ondernemen voor brede welvaart

Je bent een ondernemer met hart voor de samenleving en ziet maatschappelijke uitdagingen groeien en urgenter worden. Als bedrijf wil je van betekenis zijn en bijdragen aan maatschappelijke vraagstukken. Maar het sociaal domein is niet je natuurlijke omgeving en is complex. Dus hoe weet je of je de maximale waarde behaalt voor de non-profit-partners? Dragen je inspanningen bij aan het behalen van bedrijfsdoelstellingen? En hoe verbind je People, Purpose en Prosperity?

Good Busy toolkit

Wij ontwikkelden de Good Busy toolkit, die je verder op weg helpt. Deze is onderdeel van ons programma Good Busy en is gebaseerd op de pijlers: **actie**, **inspiratie**, en tenslotte **kennis**: de toolkit met de vijf principes voor waardevol vrijwilligerswerk. Hiermee maken we Nederland mooier.

Medewerkersvrijwilligerswerk

We gebruiken de term medewerkersvrijwilligerswerk voor medewerkers die hun tijd en kennis beschikbaar stellen voor sociale ondernemingen, non-profit-organisaties of goede doelen. Dit kan door middel van eenmalige activiteiten of door structurele, langdurige afspraken. Medewerkersvrijwilligerswerk ofwel corporate volunteering is onderdeel van Maatschappelijk Betrokken Ondernemen (MBO) en dat is weer onderdeel van MVO. Bedrijfsleven en sociaal domein zijn niet de meest logische combinatie. Maar het is juist wel mogelijk verbinding te maken tussen maatschappelijke of sociale uitdagingen en bedrijfsdoelstellingen. Zo kunnen medewerkers vaardigheden leren of verbeteren. Ze gaan anders tegen maatschap-

pelijke thema's of groepen in de samenleving aankijken en meer empathie en betrokkenheid ontwikkelen.

Principe 1: Balans tussen bedrijfsstrategie en de passie van de medewerker

Bied voldoende keuzemogelijkheden. Speel in op de behoefte van je medewerkers door verschillende soorten vrijwilligerswerk aan te bieden. Laat ze dingen doen die ze leuk vinden, en bied ook programma's aan die aansluiten op de bedrijfsdoelen. Ongeveer 43 procent van de Nederlanders doet vrijwilligerswerk. De een heeft meer ervaring dan de ander. Het is te vergelijken met reizen: de volunteer journey. Eerst ben je een **toerist** die een nieuwe wereld ontdekt en zoekende is, dan word je een **reiziger**, die bewust zoekt naar de interessantste plekken. Tenslotte ben je **de ervaren gids**, die mensen rondleidt en van informatie voorziet.

Principe 2: Geef vorm aan effectieve partnerschappen

Een partnerschap tussen een bedrijf en een non-profit-organisatie kan beide partijen veel opleveren. Maar ze 'spreken' niet altijd elkaars taal. Om het je makkelijk te maken, hebben we zowel de non-profit-organisaties als de bedrijven gevraagd wat ze nodig hebben voor effectieve samenwerking: de do's en don'ts. Een greep: vraag naar de missie, wees sensitief en respectvol, manage verwachtingen, geef voldoende planningstijd en budget en reflecteer.

Principe 3: Portfolio: herken de veelzijdigheid van vrijwilligerswerk

Medewerkers doen vrijwilligerswerk om verschillende redenen. Ongeveer de helft doet mee om sociale redenen, zoals 'goed willen doen' of omdat ze op zoek zijn naar activiteiten die ze leuk vinden.

samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

principe 4

principe 5



Een kwart om carrièreredenen, zij willen collega's ontmoeten of nieuwe vaardigheden opdoen. Het laatste kwart is niet geïnteresseerd. Hoe groter het portfolio vrijwilligerswerk is, hoe meer relevante keuzes medewerkers hebben. We maken een globale onderverdeling en beschrijven een aantal vormen van medewerkersvrijwilligerswerk, zoals je medewerkers inzetten in een estafettevorm, als team voor een goed doel, je kennis delen of een langdurig partnerschap aangaan.

Globale onderverdeling:

- **Hands-on-vrijwilligerswerk**, bijvoorbeeld een sociale activiteit met de doelgroep, of een tuin- of klusactiviteit.
- **Het inzetten van expertise**, denk aan vaardigheden als mentoring/coaching of professionele expertise.

Principe 4: Medewerkersvrijwilligerswerk als essentieel onderdeel van HR

Medewerkersvrijwilligerswerk draagt bij aan het werven, ontwikkelen en behouden van medewerkers. Het kan ook ingezet worden tijdens de employee journey om HR-doelen te behalen, maar soms missen bedrijven handvatten om het in de praktijk te brengen: hoe integreer ik het in mijn bedrijfsvoering? Voorbeelden van medewerkersvrijwilligersbeleid als HR-onderdeel: leiderschapsontwikkeling, ontwikkelen van (sociale) vaardigheden, diversiteit en inclusie.

Principe 5: Integreer medewerkersvrijwilligersbeleid in je organisatiecultuur

'Culture eats strategy for breakfast'. Deze gevleugelde uitspraak van de beroemde hoogleraar en managementgoeroe Peter Drucker geeft aan dat de bedrijfscultuur altijd dominanter is dan je strategie. Anders gezegd: de medewerkers maken het bedrijf succesvol. Deze uitspraak is ook van toepassing op medewerkersvrijwilligersbeleid.

Want een strategie om medewerkers te mobiliseren is alleen effectief als de organisatiecultuur dit ondersteunt en leiders het goede voorbeeld geven.

Impact meten en checklist

De vijf principes zijn de roadmap voor een effectieve strategie voor medewerkersvrijwilligerswerk. Ook zorgen ze voor meer impact. Een volgende stap is het meten hiervan. Volgens het RWI van Chris Jarvis kun je dit doen door naar de volgende factoren te kijken: kwaliteit van het programma, betrokkenheid van werknemers, competentie van volunteer leaders en de resultaten van het programma.

En nu aan de slag, geen woorden maar daden!

Een goed functionerende non-profitsector stimuleert het oplossen van belangrijke maatschappelijke vraagstukken als armoede, schulden en eenzaamheid en kleurt de wereld een beetje mooier. Medewerkersvrijwilligerswerk zorgt ervoor dat non-profit-organisaties nog meer capaciteit krijgen om goed te doen. Als jouw medewerkers bereid zijn hun tijd, talent en vaardigheden te geven, dragen zij bij aan een brede welvaart voor iedereen.

We hopen dat onze handleiding heeft geholpen de next step te zetten en in actie te komen. Doe je ook mee met Good Busy?

Neem voor meer informatie contact op met het team van Good Busy via goodbusy@nov.nl.

samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

principe 4

principe 5



Voorwoord

The next step

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 bedrijven laten zich tegenwoordig niet onbetuigd en maken medewerkersvrijwilligerswerk onderdeel van hun bedrijfsstrategie.

Geen twijfel over mogelijk, we zijn goed op weg. Maar nu, naar aanleiding van het Nationaal Jaar Vrijwillige Inzet willen we meer, veel meer. Het nóg beter doen, met nóg meer resultaat. Laten we door vrijwilligerswerk van de wereld een betere plek maken en samen verantwoordelijkheid nemen voor urgente maatschappelijke vraagstukken.

Vereniging NOV heeft de Good Busy toolkit gemaakt om ondernemers die 'goed willen doen' te helpen. De Good Busy toolkit wil het bedrijfsleven nog meer betrekken bij de vrijwillige inzet. We geven ondernemers handvatten, principes, voor bijvoorbeeld effectieve samenwerkingen en de veelzijdigheid van vrijwilligerswerk. Deze toolkit sluit ook naadloos aan bij de vernieuwde koers en visie van VNO-NCW en MKB Nederland: Ondernemen voor brede welvaart². Bedrijven omarmen steeds vaker de SDG's³ of Duurzame Doelen en willen iets terugdoen voor de gemeenschap.

Voor de ontwikkeling van Good Busy en deze toolkit deden we inspiratie op en werkten samen met Chris Jarvis, directeur van het RW Institute in Baltimore. Chris is een internationale

autoriteit, een TEDx-spreker⁴ en een inspiratiebron met kennis van alle facetten. Hoe je employee volunteering organiseert. Wat voor jouw bedrijf het belang kan zijn. En vooral hoe je je mensen meeneemt in jouw maatschappelijke betrokkenheid aan de hand van 5 succesprincipes. De insteek is praktisch, vanuit het perspectief van ondernemingen. We hebben de 5 principes van Chris Jarvis voor waardevol vrijwilligerswerk van bedrijven vertaald en in de Nederlandse context gezet.

Neem jij de uitdaging aan om de next step te zetten? Daarmee maken we Nederland mooier; dat is goed voor jouw bedrijf, jouw medewerkers én de samenleving.

Vereniging NOV
Team Good Busy



samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

principe 4

principe 5



Inleiding

Good Busy: ondernemen voor een brede welvaart

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. Met inzet van je kennis en expertise, talent en tijd van je medewerkers. Maar het sociaal domein is niet je natuurlijke omgeving en is complex.

Wellicht heb je als bedrijf of professional ook nog strategische vragen op weg naar de next step. Bieden we wel maximale waarde aan onze non-profit-partners en hoe maken we nog meer impact? Dragen onze inspanningen bij aan het behalen van bedrijfsdoelstellingen? Hoe verbind je People, Purpose en Prosperity? En last but not least: hoe mobiliseer ik mijn medewerkers?

Good Busy

Om goed doen eenvoudiger te maken ontwikkelde NOV de Good Busy toolkit. De toolkit staat niet op zichzelf. Het is onderdeel van ons programma Good Busy en is gebaseerd op drie pijlers:

actie; 'ons bedrijf doet ook mee', **inspiratie;** voorbeelden, webinars, uitwisseling en tenslotte **kennis;** de toolkit met de vijf principes voor waardevol vrijwilligerswerk.

Good Busy helpt je dus verder op weg en verenigt bovendien bedrijven die 'goed willen doen'. Zo maken we Nederland mooier. Dat is goed voor jouw bedrijf, jouw medewerkers én de samenleving. Good Busy is voor ervaren 'do gooders', maar ook voor ondernemers die de eerste stap naar vrijwilligerswerk willen zetten.

Over Vereniging NOV

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

Wat is medewerkersvrijwilligerswerk?

We gebruiken de term medewerkersvrijwilligerswerk voor medewerkers van een bedrijf die hun tijd en kennis beschikbaar stellen voor sociale ondernemingen, non-profit-organisaties of goede doelen. Dit kan door bij te dragen aan eenmalige activiteiten of door het aangaan van langdurige verbindingen.

Medewerkersvrijwilligerswerk, ook wel corporate volunteering of employee volunteering, is onderdeel van Maatschappelijk Betrokken Ondernemen (MBO); en dat is weer onderdeel van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO). Het gaat concreet om vrijwillige bijdragen van bedrijven om - lokale - gemeenschappen te versterken en sociale impact te creëren. Bedrijven doen dat altijd in samenwerking met maatschappelijke experts: sociale ondernemingen, non-profit-organisaties of goede doelen.

samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

principe 4

principe 5



Vaardigheden leren via medewerkersvrijwilligerswerk

We beschreven het al: het bedrijfsleven en het sociaal domein zijn niet altijd van nature een logische combinatie. Maar met vrijwillige inzet is het juist wel mogelijk de verbinding te maken tussen maatschappelijke uitdagingen en bedrijfsdoelstellingen. Bij medewerkersvrijwilligerswerk komen andere aspecten van medewerkers aan bod. Aspecten van een persoon, die ze niet altijd kwijt kunnen in hun werk. Medewerkers zijn op zoek om al hun mogelijkheden en ambities mee te nemen naar hun werk, inclusief hun passie voor het steunen van goede doelen. Daarnaast biedt medewerkersvrijwilligerswerk uitgelezen kansen om vaardigheden te leren of te versterken en uit je comfortzone te stappen. En zo juist hele andere zaken te leren.

‘Chris Jarvis ontwikkelde nieuwe kijk op vrijwilligerswerk’

Dr. Lonneke Roza deed jarenlang onderzoek bij Rotterdam School of Management, ze is voorzitter van Vattenfall Foundation en bestuurslid van de Facilicom Foundation. Bovendien werkt ze al een aantal jaren samen met Chris Jarvis:

“Ik ben onder de indruk hoe hij - 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.”

Meer begrip en empathie

Ook blijkt dat 84 procent⁵ van de medewerkers die medewerkersvrijwilligerswerk doen meer begrip voor anderen of maatschappelijke vraagstukken krijgen omdat ze bijvoorbeeld kennis maken met mensen die het moeilijk hebben. Ze gaan anders tegen bepaalde zaken of groepen in de samenleving aankijken en ontwikkelen meer empathie en betrokkenheid.

samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

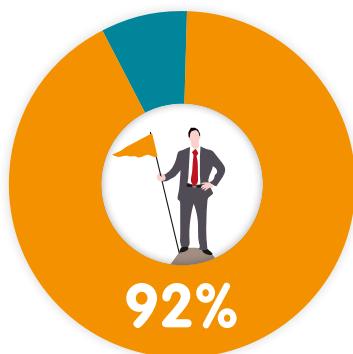
principe 3

principe 4

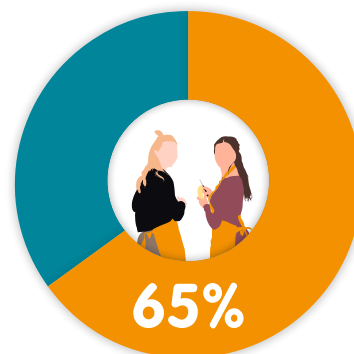
principe 5



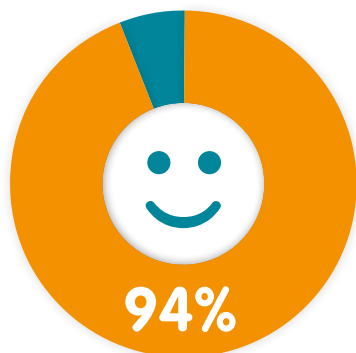
MEDEWERKERSVRIJWILLIGERSWERK



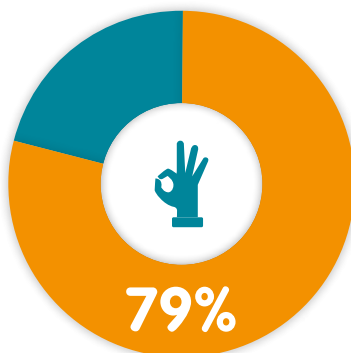
van de Nederlandse top-werkgevers heeft een MVO programma



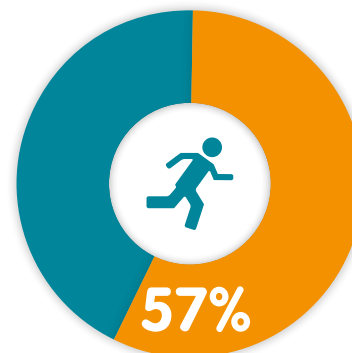
van de bedrijven geeft medewerkers de mogelijkheid om binnen bedrijfstijd deel te nemen aan vrijwilligerswerk



krijgt een beter humeur; goed doen maakt blij



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: NRC 30/1/2021 & Geven in Nederland 2020)

(Bron: doing good is good for you)

samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

principe 4

principe 5



samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

principe 4

principe 5

De 5 principes



Principe 1:

Balans tussen bedrijfsstrategie en de passie van de medewerker

Als bedrijf heb je MVO-waarden hoog in het vaandel staan, ze zijn onderdeel van de bedrijfsstrategie en je medewerkersvrijwilligerswerk is er op afgestemd. Maar niet iedereen wil zijn tijd besteden aan de door de werkgever gekozen thema's. Misschien hebben medewerkers er zelfs helemaal geen zin meer in als ze het gevoel krijgen dat het een verplichting is. Ze zetten zich wel graag in, maar dan liever voor een goed doel dat aansluit bij hun persoonlijke waarden en interesses. Hoe geef je medewerkers de vrijheid om hun passie te volgen en tegelijkertijd de focus op de bedrijfsstrategie te richten?

Bied voldoende keuzemogelijkheden

Om te voorkomen dat geïnteresseerde medewerkers afhaken, kun je kiezen om verschillende soorten vrijwilligerswerk aan te bieden. Moedig medewerkers aan om hun eigen 'passie-projecten' aan te dragen, maar biedt ook programma's aan met bepaalde bedrijfsthema's.

- Zorg ervoor dat het programma zich kenmerkt door regelmatig terugkerende vrijwilligersactiviteiten die aansluiten bij de bedrijfsthema's. Koppel de activiteiten aan de bedrijfsstrategie en de impact die het kan opleveren 'doordat we allemaal samenwerken'. Deze strategie is laagdrempelig en kan mensen verleiden die misschien nog geen goed doel hebben gekozen.

- Promoot zoveel mogelijk de keuze van de medewerkers. Zo zien ze dat het bedrijf hun passie ondersteunt. Ze zullen je er nog meer om waarderen.
- Bied dezelfde incentives en betaald verlof aan voor beide soorten projecten.
- Laat zien dat alle inzet bijdraagt aan een groter doel: van de wereld een betere plek maken (de Duurzame Ontwikkelingsdoelen⁶, de SDG's).

Speel in op de behoefte van je medewerkers

Ongeveer 43 procent⁷ van de Nederlanders doet vrijwilligerswerk. De een doet het misschien voor de eerste keer, staat nog aan het begin van zijn vrijwilligerscarrière, een ander doet het al jaren en is een doorgewinterde vrijwilliger met veel ervaring.

De verschillende stadia die je doorloopt in vrijwilligerswerk zijn een beetje te vergelijken met reizen. Op reis in vrijwilligersland, de volunteer journey, ga je door verschillende fases: eerst ben je een **toerist** die een nieuwe wereld ontdekt en zich nog niet zo goed een houding weet te geven, dan word je een **reiziger**, die bewust zoekt naar de interessantste plekken. Tenslotte ben je **de ervaren gids**, die mensen rondleidt en van informatie voorziet.

samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

principe 4

principe 5



Beschouw je medewerkers als toeristen, reizigers en gidsen in vrijwilligersland. De toeristen en reizigers hebben de potentie om leiders te worden. Maar het zijn de gidsen die leiderschapsontwikkeling stimuleren. Wanneer je gidsen vindt en traint tot officiële leiders, de volunteer leaders, boor je passie en enthousiasme aan. Hoe herken je ze en wat hebben ze nodig? Bekijk het op de volgende pagina.

Vattenfall Foundation

Vattenfall Foundation steunt Good Busy omdat ook zij gelooft in de kracht van actieve bijdragen vanuit medewerkers.

“Vattenfall Foundation wil middels verschillende activiteiten de maatschappelijke betrokkenheid van de medewerkers vergroten. We kunnen dit echter niet alleen en middels Good Busy proberen wij te inspireren en middels samenwerkingen de maatschappelijke impact te vergroten.” Ronald Smit, coördinator Vattenfall Foundation

samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

principe 4

principe 5



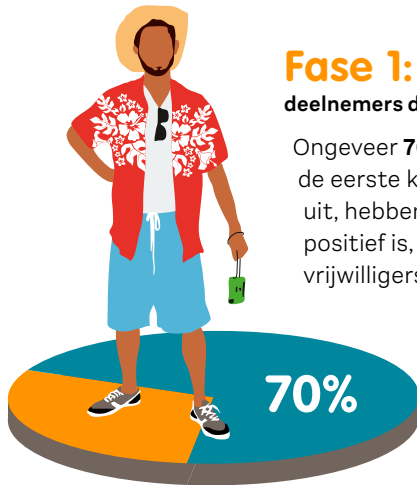
DE VRIJWILLIGERSREIS

Toerist - Reiziger - Gids

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 zichzelf.



samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

principe 4

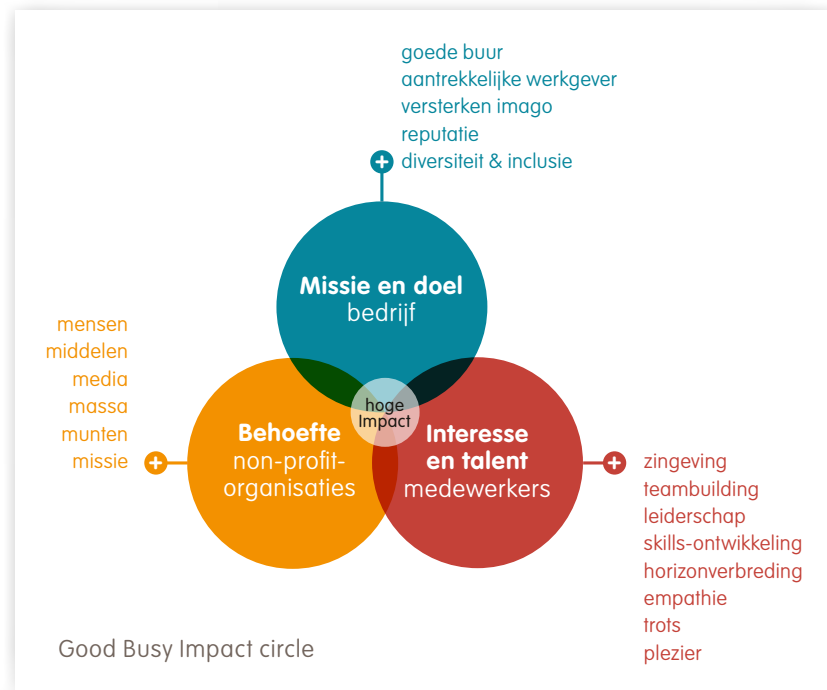
principe 5



Principe 2:

Geef vorm aan effectieve partnerschappen

Een partnerschap tussen een bedrijf en een non-profit-organisatie kan beide partijen veel opleveren. Maar het zijn ook twee verschillende werelden die niet altijd 'elkaars taal spreken'. Om het je makkelijk te maken, hebben we zowel de non-profit-organisaties als de bedrijven gevraagd wat ze nodig hebben voor effectieve samenwerking. In de overlapping daarvan komen de belangen van alle partijen samen en dat is de plek waar de samenwerkingen met de meeste impact



plaatsvinden. We hebben een aantal do's en don'ts op een rijtje gezet en uitgewerkt. Een greep: vraag naar de missie, wees sensitief en respectvol, manage verwachtingen, reflecteer, evalueer en bedank.

1. De missie staat centraal

De meest effectieve samenwerkingen - ook de ééndaagse teamdag voor het goede doel - zijn gebaseerd op de behoeften en missie van de non-profit-organisatie. Vraag als bedrijf altijd naar de missie, speerpunten en de doelen van een non-profit-organisatie en ga op zoek naar hoe jouw aanbod aansluit bij wat ze écht nodig hebben om te helpen bij het ondersteunen van het werk dat al wordt gedaan.

Non-profit-organisaties zorgen dat potentiële zakelijke partners hun missie goed begrijpen en worden verbonden met de doelgroep en de diensten die ze aanbieden aan de samenleving. Niet alles wat bedrijven willen geven, is van nut voor hen. Bovendien zouden non-profits ook 'nee' moeten durven zeggen tegen een potentiële bedrijfspartner als een voorstel niet beantwoordt aan hun behoeften.

Zoals een non-profit-organisatie ooit zei: 'Ik krijg het gevoel dat ik het feestje van een bedrijf moet organiseren'.

samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

principe 4

principe 5



2. Manage wederzijdse verwachtingen

Het sociale domein is niet de natuurlijke omgeving van bedrijven. Als een bedrijf een non-profit-organisatie belt met het aanbod dat ze 50 tot 100 medewerkers beschikbaar hebben op één locatie, denkt het bedrijf dat ze echt 'goed doen'. Bij een non-profit-organisatie veroorzaakt dit telefoontje in sommige gevallen stress: 'hoe moeten we al deze vrijwilligers bezig houden?' Het vraagt veel personele capaciteit van beide partijen dit goed voor te bereiden. En vaak hebben non-profits een krappe bezetting. Denk als bedrijf aan alternatieven: deel de groep op in kleinere groepjes en begin of eindig de dag gezamenlijk. Maak filmpjes op de diverse locaties en deel deze op het eind van de dag. De meeste non-profits hebben liever 50 tot 100 mensen verspreid over het jaar dan op één dag. Leg alle afspraken schriftelijk vast.

3. Wees sensitief en respectvol

Probeer elkaar te begrijpen, oordelen los te laten, luister en stel vragen voordat je je mening vormt over bepaalde doelgroepen of werkwijzen. Verdiep je als bedrijf in de taal van de non-profit-organisatie en hoe ze de doelgroep omschrijven. Geen enkele jongere vindt het leuk om als 'kansloze jongere' te worden beschreven. Bijvoorbeeld: 'mensen die het moeilijk hebben' in plaats van daklozen, of 'mensen met andere talenten' in plaats van gehandicapten. Houd rekening met de taal die de non-profit gebruikt om de doelgroep te beschrijven en gebruik de juiste woorden bij de werving van je medewerkers.

4. Wees voorbereid

Voordat medewerkers aan de slag gaan, is het belangrijk dat ze van tevoren een (digitale) briefing ontvangen over de organisatie waar ze zich voor inzetten, de doelgroep, wat ze gaan doen, waarom dit belangrijk is en de verwachtingen en het commitment. Zorg ervoor dat iedereen op tijd aanwezig is. Van de non-profit-organisatie mag je verwachten dat ze je gastvrij ontvangen en starten met een goede uitleg aan alle vrijwilligers. Over hun waarden en waarom deze samenwerking belangrijk voor hen is.

5. Communiceer zorgvuldig

Begin de samenwerking met een persoonlijke kennismaking op de locatie van de non-profit-organisatie. Check de verwachtingen over vervolcontact en bereikbaarheid, aan beide kanten is vaak sprake van drukke agenda's. Bevestig afspraken per e-mail voor helder verwachttingsmanagement. Houd er rekening mee dat de samenwerking met jouw bedrijf vaak één van de vele activiteiten is die de aandacht van de non-profit-organisatie vraagt en dat het proces daardoor mogelijk wat meer tijd vraagt.

6. Geef voldoende planningstijd en budget

Speciaal voor bedrijfsprojecten kopen non-profit-organisaties vaak materialen en zetten extra personeel in. Het kost extra tijd en geld als plannen veranderen. Naast het uitlenen van mensen is het een goed gebruik om als bedrijf ook de materialen en cateringkosten te betalen. Laat de non-profit-organisatie geen extra kosten maken, ze zitten vaak al krap bij kas. Geef het tijdig aan als het aantal vrijwilligers meer of minder wordt, de datum aangepast wordt of de plannen veranderen, dan kan de non-profit hierop inspelen. Vrijwilligerswerk is niet vrijblijvend, ze rekenen op je komst. Zie de non-profit-organisatie ook als een 'betalende klant' en behandel ze op dezelfde klantgerichte manier.

7. Vertrouw op het proces

Veel non-profit-organisaties hebben ervaring met het samenwerken met bedrijven. Zorg er samen voor dat je medewerkers een zinvolle vrijwilligerservaring hebben. De werkwijze, aanpak en het tempo kunnen soms anders zijn dan dat van een bedrijf, maar vertrouw op het proces. Bespreek bij de kennismaking samen het doel van de samenwerking en leg dit vast. Wat zijn de verwachtingen aan beide kanten? Wanneer ben je tevreden? Hoe ziet een succesvolle vrijwilligerservaring eruit?

samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

principe 4

principe 5



8. Reflectie is essentieel

Zorg altijd voor mogelijkheden om te reflecteren: voor en na de activiteit. De briefing voorafgaand heeft als doel je medewerkers te verbinden waarom de activiteit ertoe doet en waarom hun bijdrage belangrijk is. Met het waarom van de activiteit laat je zien hoe je medewerkers het verschil maken. Geef een duidelijk beeld van de doelgroep voor wie je je gaat inzetten of beter nog laat de contactpersoon iets vertellen (eventueel via een kort filmpje) om inlevingsvermogen en empathie te activeren.

Vraag vrijwilligers op het eind van de activiteit om na te denken over hun ervaringen en deze te delen. Door ieders ervaring te benoemen, geef je nog meer betekenis aan de gezamenlijke ervaring. Stel de volgende twee vragen: Wat heb je ervaren? Was dit wat je had verwacht? Dit kan kort of uitgebreid: laat de deelnemers de antwoorden op een post-it schrijven in één of twee woorden. Plak de post-its op de muur, ga het rondje af en laat deelnemers kort hun ervaring delen.

9. Evalueer en bedank

Bedank alle vrijwilligers en de non-profit-organisatie. Evalueer of de doelen zijn behaald en wat de impact is geweest voor de non-profit-organisatie, de doelgroep en de medewerkers. Vraag naar kritische feedback. Het doel is om van elkaar te leren. Hoe kan het een volgende keer nog effectiever voor de non-profit? Is er een klik na de eerste samenwerking? Zie dit dan als een start voor verkenning van een verdere samenwerking. Vraag hoe je met inzet van kennis, expertise, netwerk, middelen, coaching of mentoring nog meer kan betekenen. Non-profits zijn vaak op zoek naar partners en langdurige samenwerkingen.

Growing a better world together

“Bij Rabobank werken veel betrokken medewerkers en een groot deel hiervan is ook actief als vrijwilliger. Als Rabo Foundation zijn we daar ontzettend blij mee en willen helpen om dit aandeel verder te vergroten. Daarnaast zien we hoe belangrijk vrijwilligers zijn op veel terreinen. Voor ons programma Financieel Zelfredzaam vooral op gebied van schulden en armoede. Daarom dragen wij bij aan Good Busy. Growing a better world together!” Danielle van den Akker, Programmamanager, Rabobank Foundation.

samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

principe 4

principe 5



Principe 3:

Portfolio, herken de veelzijdigheid van vrijwilligerswerk

Medewerkers doen medewerkersvrijwilligerswerk om verschillende redenen. Ongeveer de helft doet mee om sociale redenen, zoals 'goed willen doen' of omdat ze op zoek zijn naar activiteiten die ze leuk vinden. Een kwart om carrière redenen, zij gebruiken vrijwilligerswerk om hun collega's te ontmoeten of nieuwe vaardigheden op te doen. Het laatste kwart is niet geïnteresseerd. Hoe groter het bedrijfsportfolio is van de soorten vrijwilligerswerk, maatschappelijke thema's, doelgroepen en duur, hoe meer keuzes medewerkers hebben om een project te vinden dat aansluit op hun interesses. We maken een globale onderverdeling en beschrijven een aantal vormen van medewerkersvrijwilligerswerk, zoals je medewerkers aanbieden in een estafettevorm, meedoen aan een servicedag of een langdurig partnerschap aangaan.

Globale onderverdeling:

- **Hands-on-vrijwilligerswerk**, bijvoorbeeld een sociale activiteit met de doelgroep of een eenvoudige klusactiviteit.
- **Het inzetten van expertise**, ter versterking van de infrastructuur van de non-profit of om de doelgroep steun te bieden. Denk aan vaardigheden als mentoring/coaching, professionele expertise of bestuursdeelname.

Aantal vormen van medewerkersvrijwilligerswerk:

1. Estafettevorm van vrijwilligerswerk

Het bedrijf – eventueel in samenwerking met klanten en leveranciers – heeft een commitment van een jaar om in een maandelijks schema acht vrijwilligers te leveren. Bijvoorbeeld om iedere eerste donderdag van de maand samen te gaan koken met acht eenzame ouderen of vluchtelingen. Dit kunnen elke week dezelfde vrijwilligers zijn, maar meestal wisselt het bedrijf deze vrijwilligers af. Een getrainde vrijwilliger (type 'gids') is iedere maand aanwezig op dezelfde locatie om de briefing te verzorgen, het team te begeleiden en de reflectie mogelijk te maken⁸. Op deze manier bieden bedrijven de non-profit-organisatie continuïteit en commitment, terwijl je als bedrijf toch flexibel bent. Je kunt je zowel als individu of als team inschrijven.

2. Teambuildingsdag voor het goede doel, Impactdag

Bedrijven stellen vaak één dag of meerdere dagen per jaar beschikbaar aan hun medewerkers om zich onder werktijd in te zetten voor een goed doel. Het is vaak de ideale combinatie tussen teambuilding en 'goed doen'. Zo geeft de Facilicom Foundation medewerkers de mogelijkheid zich als vrijwilliger in te zetten voor allerlei activiteiten gericht op groepen Nederlanders die buiten hun schuld in een moeilijke positie terecht zijn gekomen. Of het nu gaat om het uitdelen van voedselpakketten, je inzetten als voorleesmaatje of taalcoach of het onderhouden van gemeenschapstuinen. "Vrijwilligers zijn onmisbaar in Nederland. Daarom ondersteunen we het Nationaal Jaar Vrijwillige Inzet en Good Busy. Zo kunnen we vrijwilligers en organisaties in het

samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

principe 4

principe 5



zonnetje zetten. Maar ook meer mensen, organisaties en bedrijven inspireren iets voor een ander te betekenen.”

3. Vrijwilligerswerk gebaseerd op capaciteiten en talenten

Hierbij delen medewerkers hun capaciteiten, talenten of netwerk om bij te dragen aan een vraagstuk van een non-profit-organisatie. Dit kan al dan niet pro-bono (om niet) vrijwilligerswerk omvatten. De vaardigheden van de medewerkers komen goed van pas als maatje⁹, coach, buddy of mentor. Dat kan op allerlei manieren bijvoorbeeld als voorleesmaatje voor kinderen, wandelmaatje, huiswerkmaatje, jobcoach, boodschappenmaatje, gezelschapsmaatje, taalmaatje, sportmaatje, schuldhulpmaatje. Wekelijks of om de veertien dagen - van 3 maanden tot 2 jaar - geef je iemand extra aandacht, ondersteuning of begeleiding. Bij deze programma's draait het om persoonlijk contact. Want een klein beetje aandacht maakt een wereld van verschil.

4. Pro-bono-vrijwilligerswerk: geef waar je goed in bent

De term pro-bono gebruiken we voor werk dat professionals vrijwillig en onbetaald uitvoeren voor de maatschappij. Denk aan juridisch-, communicatie-, IT-, marketingadvies of bestuursleden die hun diensten gratis inzetten om non-profit-organisaties te helpen. Deze kennis kan vaak ook prima online vanuit huis gedeeld worden; in de vorm van een kort bedrijfsadvies, een dag (marathon), individueel of met een team van vrijwilligers. De term low-bono gebruiken we voor diensten aanbieden tegen zeer hoge kortingen.

TIP: Vraag door!

Meer dan de helft van de pro-bono-samenwerkingen is niet succesvol, omdat er onvoldoende doorgevraagd wordt bij het verkennen van het vraagstuk. Of omdat de concrete output/ 'deliverables' te vaag zijn geformuleerd of ontbreken.

Intensieve relatie Ronald McDonald Huis Sophia Rotterdam

Geef waar je goed in bent. Glazenwasserij Van Elten maakt al jarenlang de binnen- en buitenkant van de ramen schoon van een heel groot pand: het 9 verdiepingen tellende Ronald McDonald Huis. Maar daar stopt de betrokkenheid niet. De eigenaar, Karin van Elten, is zo begaan met dit initiatief dat ze ook voorzitter is van de businessclub van het huis. Zo onderhoudt dit bedrijf op verschillende fronten een intensieve relatie met dit goede doel, dat ouders van zieke kinderen de mogelijkheid geeft dag en nacht in de buurt te zijn van hun zieke kind.

5. Partnership: langdurige samenwerking

Het bedrijf Salesforce focust als bedrijf op de thema's onderwijs en het versterken van arbeidsmarktvaardigheden. Om maximale impact te krijgen, werkt Salesforce via strategische partnerships voor langere tijd samen met een aantal geselecteerde non-profit-organisaties. Met hun 1 procentmodel¹⁰ stimuleren ze medewerkers om 1 procent van hun werktijd te besteden aan vrijwilligerswerk; 7 dagen per jaar onder werktijd.

6. Social sabbatical

Innovatief en nog redelijk onbekend is de social sabbatical.¹¹ Dat is een periode (minimaal een aantal maanden) waarin een bedrijf een medewerker een of meerdere dagen in de week uitleent. Om zo bij te dragen aan een bepaald vraagstuk, een bepaald probleem op te lossen of mee te helpen met de werkzaamheden van een non-profit-organisatie. Dit kan ook voorafgaand aan iemands pensioen ingezet worden. Behalve een maatschappelijk doel, is er ook een persoonlijk ontwikkelingsdoel: nieuwe energie opdoen en nieuwe inzichten te krijgen. Ook daagt een social sabbatical leiders, management en medewerkers uit om hun leiderschapscompetenties te ontwikkelen, interculturele gevoeligheid te versterken en rolmodel te zijn voor het volgen van de bedrijfswaarden en -cultuur.

samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

principe 4

principe 5

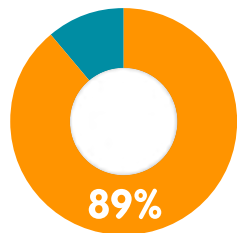


Principe 4:

Medewerkersvrijwilligerswerk als essentieel onderdeel van HR

Medewerkersvrijwilligerswerk draagt bij aan het werven, ontwikkelen en behouden van medewerkers¹². Ook kan het prima ingezet worden tijdens de employee journey om HR-doelen te behalen¹³. Dit kwam ook naar voren in de samenwerking van Vereniging NOV en Vereniging NVP, het landelijke netwerk voor HR-professionals.

Veel bedrijven zien de voordelen van de link tussen HR en maatschappelijk verantwoord ondernemen, maar ze missen soms handvatten om het in de praktijk te brengen. Onze partner User Intelligence deed marktonderzoek bij MKB bedrijven. Uit dit onderzoek bleek dat bedrijven behoefte hebben aan het structureren van de huidige MVO activiteiten en dat ze op zoek zijn naar manieren om medewerkersvrijwilligerswerk in de bedrijfsvoering te integreren.

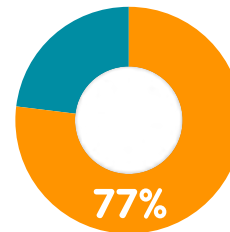


van de medewerkers gelooft dat bedrijven die een vrijwilligersprogramma aanbieden, zorgen voor een betere werkomgeving dan degenen die dat niet doen¹⁴.

Voorbeelden van medewerkersvrijwilligersbeleid als HR-onderdeel:

1. Leiderschapsontwikkeling

Ons model uit hoofdstuk 2, de vrijwilligers journey, faciliteert de gidsen, de ervaren vrijwilligers, om vanuit hun passie maximaal bij te dragen aan een sterk vrijwilligerswerkprogramma. Zij zijn de ambassadeurs en leiders van je programma en tegelijkertijd van je bedrijf. Door hun enthousiaste voorbeeldrol inspireren ze collega's om mee te doen. Zo ontwikkelen ze leiderschapsvaardigheden.



van de medewerkers geeft aan dat medewerkersvrijwilligerswerk essentieel is voor het gevoel van well-being¹⁵.

2. Ontwikkelen van (sociale) vaardigheden

Het Deloitte Volunteer Impact onderzoek¹⁶ zegt dat slechts een derde van de millennials gelooft 'dat hun bedrijf hun vaardigheden voldoende gebruikt'. 42 procent zegt zelfs dat ze 'waarschijnlijk zullen vertrekken omdat ze niet snel genoeg leren'. Vrijwilligerswerk

samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

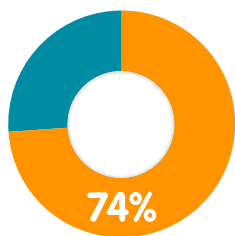
principe 4

principe 5



biedt de mogelijkheid om vaardigheden te leren of toe te passen, terwijl je tegelijkertijd non-profit-organisaties ondersteunt. Denk bij het verkennen van samenwerking met non-profit-organisaties na over de vaardigheden die je medewerkers zouden kunnen leren en aanscherpen. Maatjesprogramma's¹⁷ zijn bijvoorbeeld geschikt om luister- en coachingsvaardigheden te verbeteren. Sommige medewerkers vinden het daarnaast ook spannend om in een nieuwe situatie 'out of the comfort zone' terecht te komen via een vrijwilligersactiviteit. Daar begint hun leerproces.

Medewerkersvrijwilligerswerk als innovatieve en nieuwe manier van leren. Volgens het 70-20-10 leermodel van Charles Jennings¹⁸ leer je het meest door ervaring én van anderen, terwijl dat 10 procent is via traditionele cursussen. Goed opgezette medewerksvrijwilligersprogramma's - met een goede voorbereiding, briefing en reflectie - dragen bij aan het ontwikkelen van sociale vaardigheden en leiderschapskwaliteiten als empathie en luisteren. Sterker nog: ze kunnen je overtuigingen en je wereldbeeld en gedrag veranderen. Dit noemen we transformatief leren.



van de medewerkers ervaart via vrijwilligerswerk een sterker gevoel van zingeving¹⁹.

3. Diversiteit & Inclusie

Voor veel bedrijven, groot en klein, is Diversiteit & Inclusie een belangrijk strategisch thema. Medewerkersvrijwilligerswerk is een manier om medewerkers te verbinden met een 'andere' wereld en met mensen die ze in het dagelijkse leven veelal niet tegenkomen. Door deze ontmoetingen ontstaat er meer begrip voor sociale thema's en bepaalde doelgroepen. Het verkleint polarisatie en de kloof tussen 'wij' en 'zij'.

Kijk op armoede is veranderd

Stichting Jarige Job trakteert kinderen die opgroeien in armoede op een fijne verjaardag met een verjaardagsbox. Dr. Lonneke Roza (bestuurslid Facilicom Foundation en Vattenfall Foundation) ging een keer naar Stichting Jarige Job om verjaardagsdozen in te pakken. De begeleider vertelde dat 1 op de 10 kinderen in armoede leeft en daarom hun verjaardag niet viert. Sommige kinderen melden zich zelfs ziek als ze jarig zijn, omdat ze niet kunnen trakteren. Of ze worden gepest omdat ze geen iPad krijgen voor hun verjaardag.

"Door verjaardagsboxen te doneren en in te pakken, konden wij een verschil maken. Tijdens het reflectiemoment met ons team zei iemand: 'Ik wist niet dat er zoveel kinderen in armoede leven.' Een ander: 'Ik ga klassenfoto's sponsoren, dat is ook duur.' De activiteit heeft veel in beweging gezet en onze kijk op armoede veranderd."

samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

principe 4

principe 5



Principe 5:

Integreer medewerkersvrijwilligersbeleid in je organisatiecultuur

‘Culture eats strategy for breakfast’. Deze gevleugelde uitspraak van de beroemde hoogleraar en managementgoeroe Peter Drücker geeft aan dat hoe goed je strategie ook is, de cultuur altijd dominant is en je strategie binnen de kortste keren om zeep kan helpen. Anders gezegd: een bedrijf is succesvol dankzij de mensen die er werken. Deze uitspraak is ook van toepassing op het gebied van medewerkersvrijwilligersbeleid. Want een strategie om medewerkers te mobiliseren antwoorden te geven op vragen uit de samenleving, is alleen effectief als de organisatiecultuur dit ondersteunt. We hebben voorbeelden op een rijtje gezet hoe bedrijven medewerkersvrijwilligerswerk integreren in hun organisatiecultuur.

Vanaf dag 1 kennismaken met vrijwilligerswerk

Tijdens het introductieprogramma gaan nieuwe medewerkers al in een teamactiviteit aan de slag bij een non-profit-organisatie. Zo maken ze kennis met de cultuur en de waarden van het bedrijf.

Senior leiderschap

Gidsen/ambassadeurs moedigen vanuit een bottom-up benadering collega's aan om mee te doen. Senior leiderschap laat daarnaast top-down ook het belang van medewerkersvrijwilligerswerk zien voor de organisatiecultuur. Dit geldt voor alle bedrijven, van groot tot klein. Gebruik bijvoorbeeld senior managers tijdens bedrijfsbijeenkomsten om medewerkersvrijwilligerswerk te promoten.

Erkenning en waardering

De meeste vrijwilligers stellen doorlopende, informele erkenning voor hun vrijwilligerswerk op prijs, met een sterke focus op de social impact die ze hebben gehad. Een simpel en persoonlijke dankjewel kan vaak al voldoende zijn. Laat zien dat je hun inzet waardeert. Dat kan door een telefoontje, handgeschreven kaartje of een persoonlijk filmpje van de directeur, van de doelgroep of de non-profit-organisatie.

People are the
center of change

Find a passion. Make a difference.
Become a volunteer.

samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

principe 4

principe 5



Teambuildingsactiviteiten

Bij sommige bedrijven zijn alle teamuitjes ingeruild voor teamactiviteiten waarbij medewerkers vrijwilligerswerk doen. Op deze manier laat je als bedrijf opnieuw het belang en commitment zien om bij te dragen aan de samenleving. Medewerkers willen alles dat belangrijk voor hen is, 'meenemen' naar hun werk, dus ook hun passie voor het steunen van goede doelen. Om medewerkersvrijwilligersbeleid te verankeren binnen de organisatiecultuur, zijn er gedurende het jaar wel voldoende mogelijkheden nodig. Werk daarin samen met HR-medewerkers om te bepalen hoe vrijwilligerswerk de organisatiecultuur kan versterken.

Opbrengsten vrijwilligerswerk veel groter dan kosten

Een voorbeeld van een bedrijf dat medewerkersvrijwilligerswerk integreert in hun organisatiecultuur is IT-bedrijf Bizzomate. Het is hun overtuiging dat de samenleving niet alleen mag vertrouwen op de overheid om belangrijke vraagstukken op te lossen.

"Bedrijven hebben een grote verantwoordelijkheid voor hun werknemers, families en de samenleving als geheel. Om dit in praktijk te brengen, passen we het principe toe dat elke medewerker 10% van zijn werktijd besteedt aan een goed doel. Op deze manier stellen we non-profit-organisaties in staat om hun doelen beter te bereiken en de samenleving sterker te maken. We zijn ontzettend blij dat we dit mogen en kunnen doen, en krijgen er ook ongeloofelijk veel voor terug." Medewerkers van Bizzomate kiezen zelf hun favoriete non-profit-organisatie en gaan daar iedere week heen.

Het bedrijf ontdekte de afgelopen jaren dat 'de opbrengsten vele malen groter zijn dan de kosten: werving van medewerkers, versnelde persoonlijke groei, organisatiecultuur, laag ziekteverzuim^{20*}.

samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

principe 4

principe 5



Impact meten en checklist

De 5 principes zijn de roadmap voor een effectieve strategie voor medewerkersvrijwilligerswerk. Ook zorgen ze voor meer impact. Een volgende stap is het meten hiervan. Wat je eenvoudig kunt meten is de feedback van de medewerkersvrijwilligers (bijvoorbeeld via een SurveyMonkey vragenlijst) en de mate van tevredenheid van je non-profit-partners (tijdens een persoonlijk evaluatiegesprek).

Volgens het RWI van Chris Jarvis kun je je impact meten door naar de volgende factoren te kijken:

Kwaliteit van het programma

Klopt de structuur en zijn de manieren om de vrijwilligers in te zetten (vrijwilligersmanagementsystemen) ingericht om de kwaliteit van het programma te verankeren? Hierbij gaat het om de evaluatie van het beleid, de waardering van de vrijwilligers, de communicatie en in hoeverre de digitale systemen dit ondersteunen.

Betrokkenheid van werknemers

Ervaren de medewerkers vrijwilligerswerkprogramma's als zinvol? Sommige bedrijven gebruiken de NPS -Net Promoter Score- om dit te meten. De NPS is een belangrijke KPI voor tevredenheid. Hoe hoger deze **score**, hoe meer tevreden en loyaal de medewerkers zijn. Centraal staat de vraag hoe waarschijnlijk het is dat medewerkers de vrijwilligerswerkprogramma's zouden aanbevelen aan anderen.

Competentie van volunteer leaders

Hebben de volunteer leaders, de gidsen, de vereiste kennis, vaardigheden en social skills om voor maximale impact te zorgen? Je zou kunnen overwegen een trainingsprogramma voor volunteer leaders aan te bieden of op te zetten. Zo verbeter je hun capaciteiten om impactvolle vrijwilligersactiviteiten te faciliteren en collega's te mobiliseren.

Resultaten van het programma

Wat zijn de resultaten en de impact gezien vanuit het uitgangspunt: People, Purpose en Prosperity? Door op deze manier te kijken kun je de waarde van je programma inzichtelijk maken. Laat zien hoe jouw activiteiten bijdragen aan een mooiere samenleving en aan de SDG's.

samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

principe 4

principe 5



Checklist

Je kunt verschillende onderdelen meten van het programma van je medewerkersvrijwilligerswerk. Denk aan de **kwaliteit en resultaten** van het programma, de **competentie** van de volunteer leaders en de **betrokkenheid** van je medewerkers die vrijwilligerswerk doen.

Kwaliteit van het programma

Onderdeel	Wat te meten			
Beleid	Bewustwording Link met bedrijfsdoel			
Communicatie	Intern: doelgroep, benadering, kanalen, boodschap Extern: kanalen, marketingdata			
Technologie oplossing Vrijwilligersmanagementsysteem	Bewustwording Gebruik Gebruiksgemak			
Incentives	Adoptierate: hoeveel % van de medewerkers doet mee? Individueel gebruik versus teamgebruik Demografische gegevens gebruikers			
Volunteer leadertraining	Inhoud training Aantal aanwezige deelnemers en volbrachte trainingen			

samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

principe 4

principe 5



Competenties van de volunteer leaders

Onderdeel	Wat te meten			
Skills	Vaardigheid om vrijwilligersactiviteiten te vinden Communicatie Leiderschapscapaciteiten Partnerschappen opbouwen			
Gedrag	Faciliteren van briefings voorafgaand en aan het einde van vrijwilligersactiviteiten Identificeren van de verschillende fasen van vrijwilligerswerk Waarderen en bedanken van vrijwilligers voor hun deelname			

Betrokkenheid van de vrijwilligers

Onderdeel	Wat te meten			
Betrokkenheid van de vrijwilligers	Op een schaal van 1 - 10: Hoe waarschijnlijk is het dat je een volgende keer weer meedoet? Hoe waarschijnlijk is het dat je deze activiteit aanbeveelt bij een collega? Hoe waarschijnlijk is het dat je je deelname deelt met een vriend of collega?			
Betrokkenheid van het bedrijf	Op een schaal van 1 - 10: Hoe waarschijnlijk is het dat je ons bedrijf aanbeveelt aan een vriend? Hoe waarschijnlijk is het dat je de organisatiecultuur met een vriend bespreekt? Link vrijwilligersparticipatie met: -productiviteit -ziekteverzuim -verloop			

samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

principe 4

principe 5



Resultaten van het programma

Onderdeel	Wat te meten			
Activiteiten	Logistiek			
Middelen	Personele bezetting Budget			
Output Outcome Impact	Voor: -medewerkers -het bedrijf -de samenleving			

Hoe sta je ervoor?

samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

principe 4

principe 5



En nu aan de slag

Geen woorden maar daden!

We hopen dat onze Good Busy toolkit je een stap verder brengt om nog meer 'goed te doen'. Via Good Busy krijg je toegang tot een gemeenschap van gelijkgestemde bedrijven en leiders. We delen handige toolkits en good practices. Je kunt deelnemen aan onze kenniscafés en webinars en blijft op de hoogte van trends en ontwikkelingen.

Behalve 'goed willen doen' zijn de meest voorkomende redenen voor vrijwilligerswerk door bedrijven: een aantrekkelijke werkgever zijn en reputatie versterken. Het zorgt ook voor goede medewerkers aantrekken en behouden, ze vaardigheden laten ontwikkelen en hun werkgeluk vergroten. Bij maatschappelijk verantwoord ondernemen zijn People, Purpose en Prosperity sleutelbegrippen. Bij vrijwilligerswerk door bedrijven staat People met nadruk voorop. Je medewerkers zijn het hart van je bedrijf. Als je ze helpt om Purpose te vinden, draagt dat ook bij aan Prosperity voor je bedrijf én de samenleving.



Een goed functionerende non-profit-sector stimuleert het oplossen van belangrijke maatschappelijke vraagstukken en kleurt de wereld een beetje mooier. Medewerkersvrijwilligerswerk zorgt ervoor dat non-profit-organisaties nog meer capaciteit krijgen om goed te doen. Als jouw medewerkers bereid zijn hun tijd, talent en vaardigheden te geven, dragen zij bij aan een brede welvaart voor iedereen.

We hopen dat onze handleiding heeft geholpen de next step te zetten en in actie te komen. Maak jouw bedrijf ook Good Busy!

Neem voor meer informatie contact op met het team van Good Busy via goodbusy@nov.nl.



samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

principe 4

principe 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 uiteen²¹.

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.

Social sabbatical

Dit is een periode (minimaal een aantal maanden) waarin een bedrijf een medewerker uitleent om bij te dragen aan een bepaald vraagstuk, een bepaald probleem op te lossen of mee te helpen met de werkzaamheden van een non-profit-organisatie, gedurende 1 dag of meerdere dagen in de week.

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 de volgende definitie aan transformatief leren: 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.

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.

samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

principe 4

principe 5



Verder lezen

Boeken



- [Powered by Pro Bono Guidebook](#) (Taproot foundation)
- [Hoe non-profitorganisaties, bedrijven en intermediairs MBO kunnen inzetten voor een sterke samenleving](#) (Erasmus Universiteit)
- [Familiebedrijven en MBO](#) (Erasmus Universiteit)
- [Do Good At Work. How Simple Acts of Social Purpose Drive Success and Wellbeing](#) (Bea Boccacandro)

Leer meer:

- [Diverse artikelen en wetenschappelijk onderzoek van de RSM Erasmus Universiteit](#)
- [Global Pro Bono Network](#)
- [The science of helping out](#)
- [Deloitte Volunteer Impact Research](#)

Behoeftte aan begeleiding of hulp bij het matchen van vraag & aanbod?

De route naar landelijke intermediaire organisaties en vrijwilligersplatforms

Ontdek de unieke manieren om tijd, kennis en expertise van medewerkers in te zetten voor een mooiere wereld. Dit kan op vele verschillende manieren: via een gespecialiseerde intermediair die ontzorgt, via digitale platforms, via een vrijwilligerscentrale, of ga zelf op zoek naar een maatschappelijke organisatie. Hieronder vind je organisaties bij jou in de buurt, landelijk of met mogelijkheden om je online in te zetten. Zij zijn op zoek naar samenwerkingen met bedrijven en vrijwilligers uit het bedrijfsleven. Soms is deze dienstverlening gesubsidieerd, soms gratis en soms wordt er aan bedrijven een vergoeding gevraagd als bijdrage in de dienstverlening, uren en out of pocket kosten. Bekijk de [actuele routekaart](#) op het Good Busy platform.

- [Deedmob](#)
- [De Nederlandse Uitdaging](#)
- [De Nieuwe Gevers](#)
- [Goodup](#)
- [Impact Matters](#)
- [NLCares](#)
- [NLvoorElkaar](#)
- [Present Nederland](#)
- [Samen voor Betrokken Ondernemen](#)

samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

principe 4

principe 5



Bronnen

- 1 longreads.cbs.nl/monitor-brede-welvaart-en-sdgs-2021/brede-welvaarttrends
- 2 www.vno-ncw.nl/onze-nieuwe-koers
- 3 www.sdgnerland.nl
- 4 www.ted.com/talks/chris_jarvis
- 5 www.samenvooreindhoven.nl/wp-content/uploads/2021/01/Rapportage-Theory-of-Change.pdf
- 6 www.sdgnerland.nl
- 7 longreads.cbs.nl/monitor-brede-welvaart-en-sdgs-2021/brede-welvaarttrends
- 8 www.vrijwilligerswerk.nl/mensenmakennederland/toolkit/100+vrijwilligersverhalen/1964270.aspx?t=100verhalen-Tara-gezelligheid-in-de-keuken
- 9 www.maatjesgezocht.nl
- 10 pledge1percent.org/#pledge-now
- 11 stories.starbucks.com/press/2018/starbucks-new-innovative-employer-led-service-program
- 12 www2.deloitte.com/us/en/pages/about-deloitte/articles/citizenship-deloitte-volunteer-impact-research.html
- 13 www.nvp-hrnetwerk.nl/nieuws/24806/medewerkersvrijwilligerswerk-als-hr-instrument
- 14 <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/about-deloitte/articles/citizenship-deloitte-volunteer-impact-research.html>
- 15 www2.deloitte.com/us/en/pages/about-deloitte/articles/citizenship-deloitte-volunteer-impact-research.html
- 16 www2.deloitte.com/us/en/pages/about-deloitte/articles/citizenship-deloitte-volunteer-impact-research.html
- 17 www.maatjesgezocht.nl/wat-doen-maatjes
- 18 www.linkedin.com/in/charlesjennings/?originalSubdomain=uk
- 19 www2.deloitte.com/us/en/pages/about-deloitte/articles/citizenship-deloitte-volunteer-impact-research.html
- 20 www.bizzomate.com/about-us
- 21 citeseerx.ist.psu.edu

samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

principe 4

principe 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

Foto cover: Thomas Abrahams. Beeldbaas



www.goodbusy.nu

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

Uitgave 3, januari 2023

Adviesraad Good Busy:



samen-
vatting

the next
step

inleiding

principe 1

principe 2

principe 3

principe 4

principe 5