



Vrijwilligers moet je veroveren

NU
SO

SPEEL-
RUIMTE
NEDER-
LAND

Vrijwilligers moet je veroveren

In tegenstelling tot de geluiden gaat het helemaal niet zo slecht met het vrijwilligerswerk in ons land. Volgens deskundige op dit gebied prof. dr. Lucas Meijs is momenteel dertig tot veertig procent van de mensen boven de achttien actief als vrijwilliger met een gemiddelde van vier tot vijf uur per week per persoon. Deze groep bestaat uit ongeveer evenveel mannen als vrouwen, gemiddeld ouder, hoger opgeleid, blanker, drukker, "rijker" en meer woonachtig in dorpen. "Er bestaat een geringe terugloop van het aantal vrijwilligers, maar op de middellange termijn tot 2015 blijft het stabiel. Veertig procent van de organisaties geeft aan een tekort aan vrijwilligers te hebben, maar daarvan heeft zestig procent geen vacatures. Er is de laatste jaren een druk ontstaan op organisaties om meer vrijwilligers in te zetten door onder andere de regelgeving, een toename van de vraag om mensen en nieuwe soorten vrijwilligers", aldus Meijs, die als voorbeeld de luizenmoeders op de scholen noemt. Scholen, die meent hij, ook wel makkelijk gebruik menen te moeten maken van vrijwillige krachten. "Mijn zootje ging met zijn school vorig jaar zes keer met een uitstapje mee en steeds werden daar ouders voor gevraagd".

Turkse vrouwen
tijdens de lande-
lijke speeltuindag
bij speeltuin
De Greiden in
Heerenveen

"Het huidige vrijwilligerswerk kampt met een aantal misvattingen. Mensen zouden niet meer willen en alleen nog maar als ze er wat voor terugkrijgen. Het aantal uren dat men aan vrijwilligerswerk besteedt is vergeleken met 1975 slechts een half procent teruggelopen.



Waar organisaties, die vrijwilligers zoeken, vergeleken met vroeger wel tegenaan lopen is dat de bekende vindplaatsen en automatisen zijn verdwenen, tijd schaars is en de identiteit en imago wat bijstelling verdienen. Als vindplaatsen die verdwenen noemt Meijs de kerk, het schoolplein en de sportclub. Er zijn volgens hem genoeg uitdagingen in het "vrijwilligersmanagement". Maar dan dienen wel enkele heersende problemen te worden aangepakt.

Zoals daar volgens hem de "moedermaffia" er één van is. Een groep vrouwen die bijvoorbeeld vrijwilliger is op een school en steeds klaagt over het gebrek aan vrijwillige inzet van anderen. Geven anderen zich dan op voor klusjes op school dan komen ze erachter dat de bewuste groep vrouwen alle leuke vrijwilligersbaantjes voor zichzelf houdt en de nieuwkomers de onaangenamere taken op zich mogen nemen. En zo zijn er veel verenigingen waar een vaste kern, "de moedermaffia", alle aantrekkelijke vrijwilligersfuncties uitoefent en "de kruimels" aan nieuwkomers

overlaat die daardoor snel dreigen af te haken. Of, en dat komt ook veel voor, de vrijwilligers die al lang bij een club zitten en daar hun halve week al dan niet nuttig doorbrengen die neerkijken op vrijwilligers die geen halve week in het verenigingsgebouw rondhangen en alleen hun taken uitvoeren.



Generatiekloof

Een ander probleem is de generatiekloof en de kritische vrijwilliger. Jongere kritische vrijwilligers die bij de ouderen geen gehoor krijgen voor nieuwe ideeën of tegen verouderde organisatievormen aanlopen. Ouderen die de neiging hebben om bij nieuwe voorstellen direct te roepen "Waarom anders? We doen het al jaren op deze manier?" Als oplossing daarvoor kan worden gezien het bespreken van de voorstellen of het splitsen van de groep vrijwilligers in bijvoorbeeld een jongeren- en ouderenbestuur.

Een groep van
zorginstelling
Pluryn werkt regel-
matig bij speeltuin
De Leemkuil in
Nijmegen

Volgens Meijs zijn we "ooggetuige van de botsing tussen de vraag van de samenleving en de draagkracht van de vrijwillige energie. Veel organisaties zijn op zoek naar de "laatste vrijwilliger". Dat betekent werven, werven en werven, terwijl er te weinig aandacht is voor het behouden van de mensen".

Het vrijwilligerspotentieel is terug te voeren op bereidheid, geschiktheid en beschikbaarheid.

"De bereidheid zich als vrijwilliger in te zetten is hoog, maar niet voor iedere organisatie. De geschiktheid is hoog, maar wordt niet altijd gegeven. Wat betreft de beschikbaarheid is het de uitdaging in de agenda's van mensen te komen".

Daarnaast dient ook duurzaam met het vrijwilligerspotentieel te worden omgegaan. Dat kan bijvoorbeeld door als vereniging minder activiteiten uit te voeren, minder "overhead", een andere of meer inzet van beroepskrachten en het minder verspillen van vrijwillige energie. Meijs denkt daarbij tevens aan het aanpassen van de vereniging aan de vrijwilliger, het volgen van zijn voorkeuren, flexibiliseren, loskoppeling van tijd en plaats en produceren als vrijwilligers er zijn. "Waarom kan iemand die bijvoorbeeld een speeltoestel wil opknappen alleen in de speeltuin terecht tijdens de openingsuren in plaats van bijvoorbeeld 's avonds als die persoon tijd heeft. Geef hem een sleutel van het speeltuinhek waardoor hij er in kan en zijn gang kan gaan".

Voor verenigingen is het belangrijk om "in de agenda van de potentiële vrijwilligers te komen". Niet dat een vrijwilliger voortdurend klaar moet staan voor de club, maar bijvoorbeeld weet dat er op een bepaalde datum een activiteit plaatsvindt en daar in zijn agenda op kan inspelen. Lucas Meijs vindt de landelijke speeltuindag van de NUSO een goed voorbeeld daarvan. Die staat ieder jaar vast en verenigingen hebben daarom voldoende tijd voor die dag vrijwilligers te zoeken, dus in zijn "agenda te komen".

Voorbeeld van geleid vrijwilligerswerk, een school voor zeer moeilijk lerenden die jongeren stage laat lopen in de speeltuin

De professor spreekt ook over wat hij noemt "geleid vrijwilligerswerk". Daaronder wordt verstaan de maatschappelijke stages, ouderparticipatie, werknemersvrijwilligerswerk en de groep jongeren met een verstandelijke beperking die via het NUSO-project "Aan de slag in de speeltuin" speeltuinen onderhoudt.

"Als het aankomt op het zoeken van vrijwilligers spreekt men altijd over een match met de vrijwilliger, maar die match moet veranderen in onderhandeling. Verenigingen moeten op basis van bereidheid, geschiktheid en beschikbaarheid kunnen onderhandelen met kandidaten voor een vrijwilligersfunctie.



Je moet **vrijwilligers** iets te bieden hebben

Vrijwilligers van nu zijn veel kritischer dan die van vroeger. Maar lang niet alle organisaties die met vrijwilligers werken realiseren zich dat, en zien de aantallen teruglopen. Sandra Kamerbeek van Movisie, kenniscentrum voor maatschappelijke ontwikkeling over de moderne vrijwilliger.

De NUSO maakt voor de speeltuinbus ook gebruik van vrijwilligers, zoals Karel Bruineberg, links, en Karel van der Waal van Dijk

Wat is het verschil tussen de klassieke vrijwilliger en die van 2010?

„Vroeger waren veel vrijwilligers actief uit plichtsbesef, deden het werk bijvoorbeeld vanuit hun geloof. Een grote groep huisvrouwen deed vrijwilligerswerk. Nu zijn veel vrouwen aan het werk en mensen ervaren hun vrije tijd als schaarser. De maatschappij is ingrijpend veranderd.”

Zijn de vrijwilligers veel kritischer geworden?

„Mensen gaan veel bewuster om met hun vrije tijd. Er zijn zoveel dingen die ze kunnen doen. Dat maakt het lastiger om vrijwilligers te krijgen. Je moet ze ook iets te bieden hebben. En veel vrijwilligers willen niet jaar in jaar uit hetzelfde doen. Ze willen afwisseling.”

Wat doen verenigingen en organisaties fout?

„Ze moeten beseffen dat ze eigenlijk een product moeten verkopen. Ze concurreren met andere organisaties. Maak het een vrijwilliger zo aantrekkelijk mogelijk om voor je te werken. Dan bedoel ik niet veel cadeautjes geven, maar zorg ervoor dat ze iets van het werk kunnen leren, dat ze zichzelf kunnen verrijken. Voor jongeren is het aantrekkelijk om studiepunten te vergaren. Voor oudere vrijwilligers is een gezellige sfeer belangrijk. Ze doen het werk bijvoorbeeld om contacten op te doen, ze willen niet thuis zitten.”

Zijn er nog genoeg vrijwilligers?

„Er zijn er zat maar je moet ze zien te veroveren. Er zijn maatschappelijke stages, nieuwe Nederlanders en werklozen willen hun bijdrage leveren. Waar ligt je kracht, waarom zouden vrijwilligers voor jouw organisatie kiezen? Daar moet over worden nagedacht. Het gaat meestal niet vanzelf. Flexibiliteit is belangrijk, denk ook aan digitalisering. Een gedeelte van het vrijwilligerswerk kan met de computer gedaan worden. En je moet blijven werven, omdat vrijwilligers ook weer vertrekken.”



Dick Abcouwer, links, en Anton Westerlaak

Werven van **vrijwilligers**

Twaalf tips voor succesvolle werving

Iedere organisatie heeft er mee te maken. Voor de een is het een doorlopende bezigheid, de ander gaat er eens per jaar mee aan de slag. De ene organisatie heeft voortdurend te weinig vrijwilligers, bij de andere organisatie zijn wachtlijsten. Je kunt als organisatie natuurlijk heel voortvarend te werk gaan. Zoveel mogelijk oproepen in huis-aan-huisbladen zetten, bijvoorbeeld. En voor iedereen die blijk geeft wel interesse te hebben, de deuren wijd openzetten. Maar werkt dat ook? Het antwoord is: meestal niet. De traditionele manieren om vrijwilligers te werven blijken vaak niet meer te werken. Nieuwe vormen om vrijwilligers te vinden en binden zijn noodzakelijk. Het binnenhalen van vrijwilligers is daarom veel méér dan een simpele actie waar even veel energie in moet worden gestopt.

Wie (meer) vrijwilligers wil, zal vooral ook goed moeten nadenken over het werven van vrijwilligers. Waarom wil ik werven, hoe pak ik het aan en wie wil ik waarvoor binnenhalen? Want: wil je vooral snel vrijwilligers? Of wil je de juiste man/vrouw op de juiste plek in je organisatie? Hier twaalf tips om succesvol met werving aan de slag te gaan.

Tip 1: Laat iedereen weten dat je nieuwe vrijwilligers gaat werven

Beperk het werven van nieuwe vrijwilligers niet tot een taak voor één of twee personen. Zorg dat iedereen binnen de organisatie er zich verantwoordelijk voor voelt. Werving wordt hierdoor een houding van allemaal en geen beperkte taak van een select groepje mensen die er eens per jaar mee aan de slag gaan. Het werkt goed om

mensen in subgroepjes verantwoordelijk te maken voor de werving van specifieke doelgroepen of voor de organisatie van een evenement of activiteit. Wees ook heel duidelijk over de redenen waarom en waarvoor u nieuwe vrijwilligers werft: heeft u tekort aan 'handjes', wilt u uw bestuur uitbereiden of verfrissen, of werft u nieuwe mensen omdat bepaalde kennis of vaardigheden ontbreken? Vaak wordt ook naar nieuwe vrijwilligers gezocht om een afspiegeling te zijn van de achterban (cliënten, leden etc.) of de samenleving. De reden waarom u werft bepaalt voor een groot deel ook wie u wilt werven



Vrijwilligers die zich hebben ingezet voor het NUSO-project Spelen met Regels



Tip 2: Werf selectief

"Iedereen is bij ons welkom. We hebben altijd een tekort aan vrijwilligers".

Als je iedereen wilt werven, dan bereik je niemand! Algemene wervingsboodschappen die bedoeld zijn voor zoveel mogelijk mensen werken niet. Simpelweg omdat niemand zich er door aangesproken voelt. Een werving is vaak pas succesvol als u goed heeft nagedacht over de volgende vragen:

- waarom ga ik vrijwilligers werven?
- voor welke taken/activiteiten ga ik vrijwilligers werven?
- wat moet iemand kunnen voor taak of activiteit?

Het is dus belangrijk om eerst te bedenken voor welke taken of activiteiten u iemand zoekt (wat gaat de nieuwe vrijwilliger doen?). Vervolgens kijkt u wat iemand moet kunnen om die taak goed uit te voeren. Soms zijn het heel eenvoudige vaardigheden en kwaliteiten als: op tijd komen, samenwerken, computervaardigheden of initiatiefrijk. Op basis van deze informatie stelt u een profiel op; waar moet de vrijwilliger die we willen werven aan voldoen? In een selectie- of intakegesprek kijkt u samen met de vrijwilliger naar het profiel en beslist u of de vrijwilliger de juiste aanwinst is voor uw organisatie. U kunt beter strenger selecteren bij de poort, dan opgescheept zitten met vrijwilligers aan wie u eigenlijk niet veel heeft.

Leen Kleinjan
van speeltuin
Victorie in
Dordrecht
begeleidt een
meisje met een
verstandelijke
beperking

Tip 3: Wees duidelijk over wat het oplevert

De opmerking dat vrijwilligers van tegenwoordig altijd allen maar geïnteresseerd zijn in 'wat het oplevert' is veelgehoord. Vaak wordt hierbij gedacht aan materiële beloningen als financiële vergoedingen of cadeautjes. Ik durf te stellen dat iedereen iets terug wil voor zijn of haar vrijwillige inzet: voor de een is het de zinvolle vrijetijdsbesteding, voor de ander is het de status die aan een bestuursfunctie hangt of de sociale contacten. Zoveel vrijwilligers, zoveel verschillende beloningen! Het is dus belangrijk te weten wie u zoekt, zodat u een beloning op maat kunt bieden. Stel u zelf de vraag: "Waarom zou iemand vrijwilliger bij mijn organisatie willen worden?" Dus: wat heeft u vrijwilligers eigenlijk te bieden? Wat is er zo leuk en interessant aan juist úw organisatie? Waarom zouden mensen een deel van hun vrije tijd op willen offeren om juist bij úw organisatie te komen werken? Het antwoord op deze vraag is uw beste 'verkoopargument'. Want als u weet wat er zo leuk is bij u, dan kunt u dat vast ook overbrengen op de mensen die u wilt binnenhalen.

Tip 4: Hoe concreter hoe beter

"Wij zoeken enthousiaste vrijwilligers voor het verzorgen van de dieren. Voor meer informatie kunt u terecht bij Geja op tel. 123 – 44 55 66".

Hoe vaak komt u niet soortgelijke advertenties tegen in de krant? Wervende teksten uitmuntend in vaagheid, waar niemand op reageert. Vrijwilligers willen vooraf graag duidelijke informatie over de duur van de taak of activiteit, de werktijden, het resultaat, de beloning, de manier van inwerken en begeleiding en regels waaraan vrijwilligers zich moeten houden. In de wervingsboodschap zet u in ieder geval voor hoe lang u een vrijwilliger zoekt (duur van het vrijwilligerswerk), een inschatting van hoeveel uur het kost per dag/week/maand en wat het resultaat moet worden. Op uw website zet u aanvullende informatie over de organisatie en de mensen die er werken, over de inwerkperiode, beloning, vergoedingen enzovoorts.

Tip 5: Uw wervingsboodschap sluit aan bij uw nieuwe vrijwilliger

Vrijwilligers voelen zich positief aangesproken als zij gevraagd worden op basis van hun ervaringen of kennis die ze hebben, wanneer u aansluit bij dromen, wensen of specifieke beloningen of door persoonlijke relaties. Gaat u bij u zelf maar na, waardoor voelt u zich aangesproken?:

- A. Uw buurman vraagt op een verjaardag of er iemand is die wil helpen behangen.
- B. Uw buurman vraagt u om te helpen met behangen: hij vindt dat u in uw huis heel mooi heeft behangen en zou het bij hem thuis ook zo mooi willen krijgen.

Grote kans dat u zich bij optie B. eerder voor uw buurman zult inzetten, dan bij optie A. U wordt in optie B. immers aangesproken op uw vaardigheden en kennis (van het behangen) en krijgt een compliment dat u het zo goed doet. Zo werkt het met het werven van vrijwilligers ook. U moet goed kunnen aangeven waarom u een specifieke vrijwilliger zoekt of wat u de vrijwilliger te bieden heeft. Het volstaat dus niet meer om in uw wervingsboodschap aan te geven waarvoor u vrijwilligers zoekt. U moet aangeven waarom de vrijwilliger bij u moet zijn!

Tip 6: Waar uw wervingsboodschap te lezen is, bepaalt wie het leest

U werft geen scholieren door in de lokale krant een advertentie te plaatsen. U werft geen overblijfouders door in de bibliotheek een briefje op te hangen.

Als u weet wie u zoekt, is de volgende stap te bedenken waar deze vrijwilligers te vinden zijn of wat ze lezen. Zoekt u nieuwe vrijwilligers om met gehandicapten te zwemmen, hang dan een wervende tekst op in het zwembad. Daar zijn immers mensen te vinden die van zwemmen houden! Zoekt u vrijwilligers om een website te bouwen of onderhouden, ga dan eens met opleidingen of wijkcentra praten waar cursussen gehouden worden. Misschien mag u voor de groep een wervend praatje komen houden. Let wel: werving verloopt het beste door persoonlijk contact. Een van de belangrijkste redenen waarom mensen geen vrijwilligerswerk doen is omdat ze nooit gevraagd zijn...

Tip 7: Zorg dat u bereikbaar bent via uw website en email

Voor veel mensen is internet een van de belangrijkste informatiebronnen en is email een veelgebruikt communicatiemiddel. Dit geldt ook voor vrijwilligers, zeker de wat jongere doelgroep (50-). U moet er rekening mee houden dat (potentiële) vrijwilligers bij het zoeken naar klussen veel gebruik maken van digitale vacaturebanken of via de sites van organisaties waar ze actief zouden willen worden. Zorg dus dat uw vacatures ook beschikbaar zijn via digitale vacaturebanken en zet uw vacatures ook op uw site. Uw website is ook een belangrijke bron van informatie voor nieuwe vrijwilligers. Uw site is uw visitekaartje en geeft in ieder geval informatie over wat uw organisatie doet, wie er werken, waar u gevestigd bent en bij wie men terecht kan voor vragen of aanvullende informatie. Denk er wel aan uw site actueel te houden en regelmatig (minimaal één keer per dag) uw email te bekijken.

Tip 8: Voor iedere goede vrijwilliger is een passende klus te vinden

In een eerdere tip wordt gezegd dat u keuzes moet maken in wie u werft. Immers, als u iedereen wilt werven dan voelt niemand zich aangesproken. Maar wat als u een goede gemotiveerde vrijwilliger aan de poort heeft staan, maar geen geschikte klus voor hem of haar heeft? Stuurt u de vrijwilliger dan weer naar huis? Ik adviseer u om u flexibel op te stellen en creatief te zijn in het creëren van nieuwe klussen.

Wat als een zeer gemotiveerde slimme jonge meid zich graag voor uw organisatie wil inzetten; niet voor de vier uur per week die u graag gevuld ziet, maar voor vier uur per maand? Dan kan ze in ieder geval de klus die u voor haar bedacht had niet uitvoeren. Maar ongetwijfeld kan ze wel heel veel andere waardevolle dingen doen binnen de organisatie. Bespreek dit samen en wees creatief in het vinden van oplossingen.

Tip 9: Laat zien wie u bent

Uw imago kan bepalen of vrijwilligers graag bij u aan de slag gaan of juist niet. Als uw organisatie een negatief, suf, saai, oubollig imago heeft onder bepaalde groepen, zal het erg lastig zijn deze groepen te werven voor vrijwilligerswerk. Viceversa werkt natuurlijk ook: als uw organisatie bekend staat als hippe club die goed voor de vrijwilligers zorgt, zal het een stuk gemakkelijker zijn om vrijwilligers te werven. Het is daarom belangrijk dat u zich bewust bent van uw imago. Vraag eens rond of anderen uw organisatie kennen en wat het beeld is dat ze erbij hebben. Uit onderzoek blijkt ook dat vrijwilligers eerder bij een organisatie aan de slag gaan die ze kennen, dan bij een onbekende organisatie. Laat dus zien wie u bent! Het organiseren van een open vrijwilligersdag of een leuke activiteit is een manier om mensen in de wijk kennis te laten maken met de organisatie.

Welke kwaliteiten vraag ik?

Waar moet een vrijwilliger aan voldoen voor een bepaalde klus? Onderstaand vindt u een richtlijn in het opstellen van een profiel. Dit hoeven helemaal geen zware eisen te zijn. Het helpt u om scherper te krijgen wat voor een persoon u zoekt en kan als hulpmiddel dienen in een selectie- of intakegesprek.

- leeftijd
- opleiding
- kennis/ervaring
- beschikbaarheid
- motivatie
- continuïteit
- stressbestendigheid
- betrouwbaarheid
- representativiteit
- passend in team

Tip 10: Denk strategisch: door iets voor kinderen te organiseren bereik je jonge ouders

Wanneer u de organisatie wilt verjongen, kunt u hard op zoek gaan naar jonge mensen en proberen hen warm te maken voor vrijwilligerswerk binnen uw organisatie. Dat is een hele klus, zeker als men de organisatie niet kent. Een strategische zet in zo'n geval is om activiteiten voor de beoogde doelgroep te organiseren. Een goed voorbeeld is een klein museum wat graag meer jongere vrijwilligers wilde werven. Jonge mensen behoorden niet tot de doelgroep van het museum en met speciale activiteiten waren ze ook slecht te bereiken. Het museum heeft toen een speciaal aanbod voor jonge kinderen gemaakt, waardoor het museum een aantrekkelijke vrijetijdsbesteding werd voor jonge gezinnen. Op deze manier kreeg het museum de jonge mensen binnen die ze graag wilden bereiken; een goede basis voor werving!

Tip 11: Jongeren zijn expert in jong zijn: maak daar gebruik van!

Een veelvoorkomend probleem bij vrijwilligersorganisaties is het formuleren of bedenken van leuke aantrekkelijke klussen. Zeker als de organisatie met nieuwe doelgroepen aan de slag wil, zoals scholieren (maatschappelijke stages), jongeren, allochtonen, gehandicapten etc. Ik adviseer de organisaties om al die klussen niet zelf te gaan bedenken, maar juist mensen uit de betreffende doelgroep(en) te vragen om mee te denken. Zij weten zelf heel goed wat ze leuk vinden, wel of niet kunnen of mogen. Bovendien bespaart u zichzelf een vaak onmogelijke klus: u kunt niet weten wat scholieren van veertien leuk vinden; u kunt niet weten wat een gehandicapte wel en niet kan doen... Eenvoudigweg omdat u zelf niet (meer) tot de doelgroep behoort! Door mensen uit de doelgroep mee te laten denken, laat u zien dat u hen serieus neemt en dat is al een belangrijke stap in het binden van vrijwilligers.

Tip 12: Geef nieuwe vrijwilligers een warm welkom

"Voordat we aan de slag mochten, moesten we een plan van aanpak schrijven over wat we wilden gaan doen. Dat werd drie keer afgekeurd, omdat ze het niet goed genoeg vonden";

"Ik voelde me als vrijwilliger erg verloren de eerste weken; er was niemand die me echt opving of inwerkte. Ik hoorde er volstrekt niet bij".

Iedere nieuwe vrijwilliger, is als het goed is (lees: als er kritisch geworven is) een aanwinst voor de organisatie. Zorg er dan ook goed voor! Geef ze een warm welkom als ze voor het eerst komen; ontvang ze hartelijk, neem de tijd om even rustig kennis te maken en het takenpakket door te spreken, leg uit hoe de inwerkperiode eruit ziet en wat er van de vrijwilliger verwacht wordt. Belangrijk hierbij is dat er een duidelijk contactpersoon voor de nieuwe vrijwilliger(s) is; iemand die ze opvangt, waar ze terecht kunnen voor vragen en die de taken voor de nieuwe vrijwilliger coördineert. Dit om te voorkomen dat binnen de organisatie iedereen zich op de nieuwe vrijwilliger stort met klussen die opgepakt kunnen worden. Het komt maar al te vaak voor dat nieuwe vrijwilligers door meerdere mensen worden 'geclaimd' voor werkzaamheden. Als nieuweling vind je vaak alles nog leuk, durf je misschien nog niet zo goed nee te zeggen en wordt je als snel in het diepe gegooid met te veel (vervelend) werk. De ideale basis om snel weer af te haken!

Online vrijwilligerswerk

Online vrijwilligerswerk is een nieuw fenomeen in vrijwilligersland. Door de toename van het aantal internetaansluitingen in Nederland (72 procent van de huishoudens in 2004 tegenover 44 procent in 2000, bron: CBS) stijgt het gebruik van internet in alle sectoren en niveaus van de samenleving en is een nieuwe vorm van vrijwilligerswerk ontstaan. Wat is online vrijwilligerswerk, wat kun je ermee als vrijwilligersorganisatie en hoe ga je om met online vrijwilligers?

Online vrijwilligerswerk kan vanachter de computer worden uitgevoerd. Kenmerkend voor online vrijwilligerswerk is dat tijd en afstand in principe geen belemmerende factoren meer zijn. Een online vrijwilliger verricht vrijwilligerswerk wanneer het hem of haar uitkomt, of het nu vroeg in de ochtend is of midden in de nacht. Waar regulier vrijwilligerswerk vaak in de naaste omgeving wordt uitgevoerd, werken online vrijwilligers vaak juist op nationale of internationale schaal. Online vrijwilligerswerk kent in principe geen grenzen. Vanachter de computer kan iemand letterlijk overal ter wereld als vrijwilliger aan de slag.

Wie denkt met online vrijwilligers minder tijd kwijt te zijn aan begeleiding en contact, komt bedrogen uit. Juist doordat online vrijwilligers in de meeste gevallen niet naar een verenigingsgebouw komen en geen fysiek contact hebben met collegavrijwilligers en/of cliënten, moet er juist bewuster geïnvesteerd worden in de aansturing en begeleiding.

Om met online vrijwilligers te werken moet je als organisatie online klussen aanbieden. Klussen dus, die in principe door vrijwilligers thuis, van achter hun eigen computer uitgevoerd kunnen worden op elk moment van de dag. Het op de juiste wijze formuleren van deze klussen is van groot belang voor het succes van online vrijwilligerswerk.

Colofon

Teksten: Sandra Kamerbeek (adviseur/trainer) werkt bij MOVISIE, afdeling vrijwillige inzet. Zij geeft praktijkgerichte trainingen en workshop over het werven van vrijwilligers. Zij is bereikbaar via 030 – 789 20 54 en S.Kamerbeek@movisie.nl
Cees Kramer (Artikel over Lucas Meijs)

Eindredactie: Cees Kramer

Foto's: Cees van Alten en anderen

Uitgave: NUSO, Koningslaan 101, 3583 GS Utrecht, tel. 030-2544880, info@nuso.nl, www.nuso.nl, november 2010
Het project Vrijwilligerspoule werd financieel mogelijk gemaakt door het ministerie van VWS.

Adres: Koningslaan 101
3583 GS Utrecht
Tel: 030 - 254 48 80
Fax: 030 - 254 50 88
E-mail: info@nuso.nl
Website: www.nuso.nl

© NUSO 2010

NU
SO

SPEEL-
RUIMTE
NEDER-
LAND