

Vrijwilligers als “handjes” of als strategische keuze?



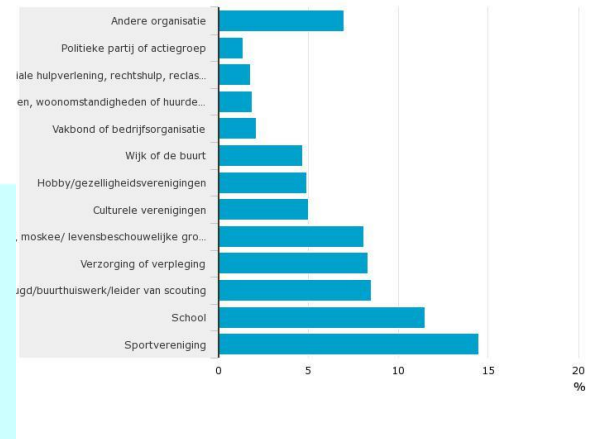
VOB 15 juni Utrecht
Joost van Alkemade directeur NOV



Vereniging Nederlandse Organisaties Vrijwilligerswerk

kengetallen

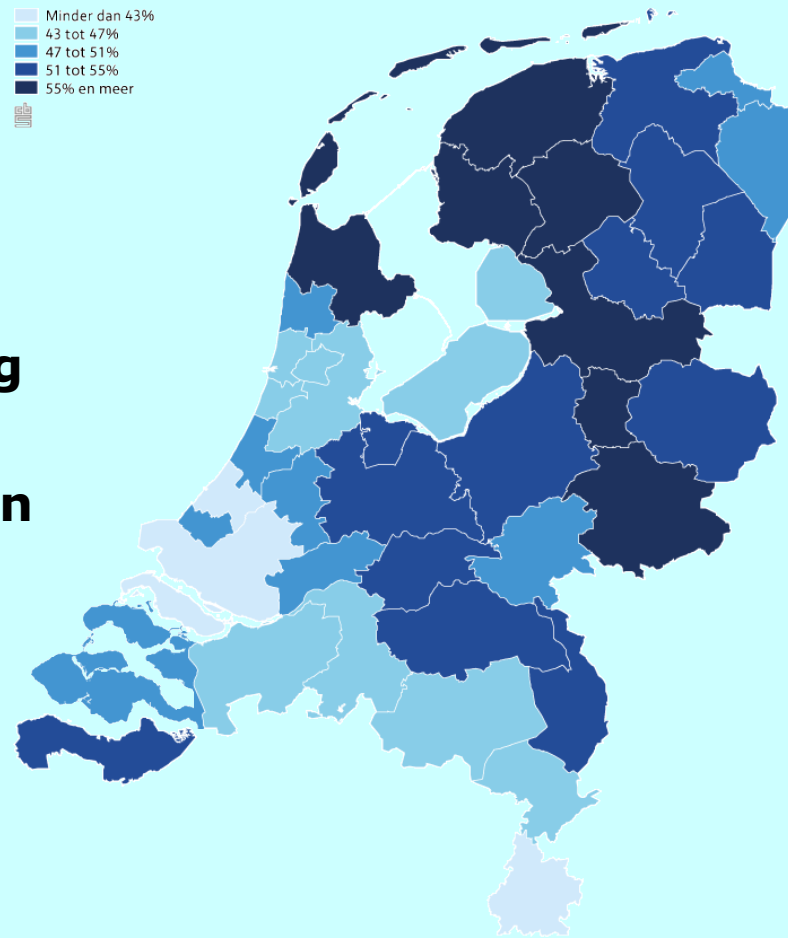
Vrijwilligerswerk naar organisatie, 2015



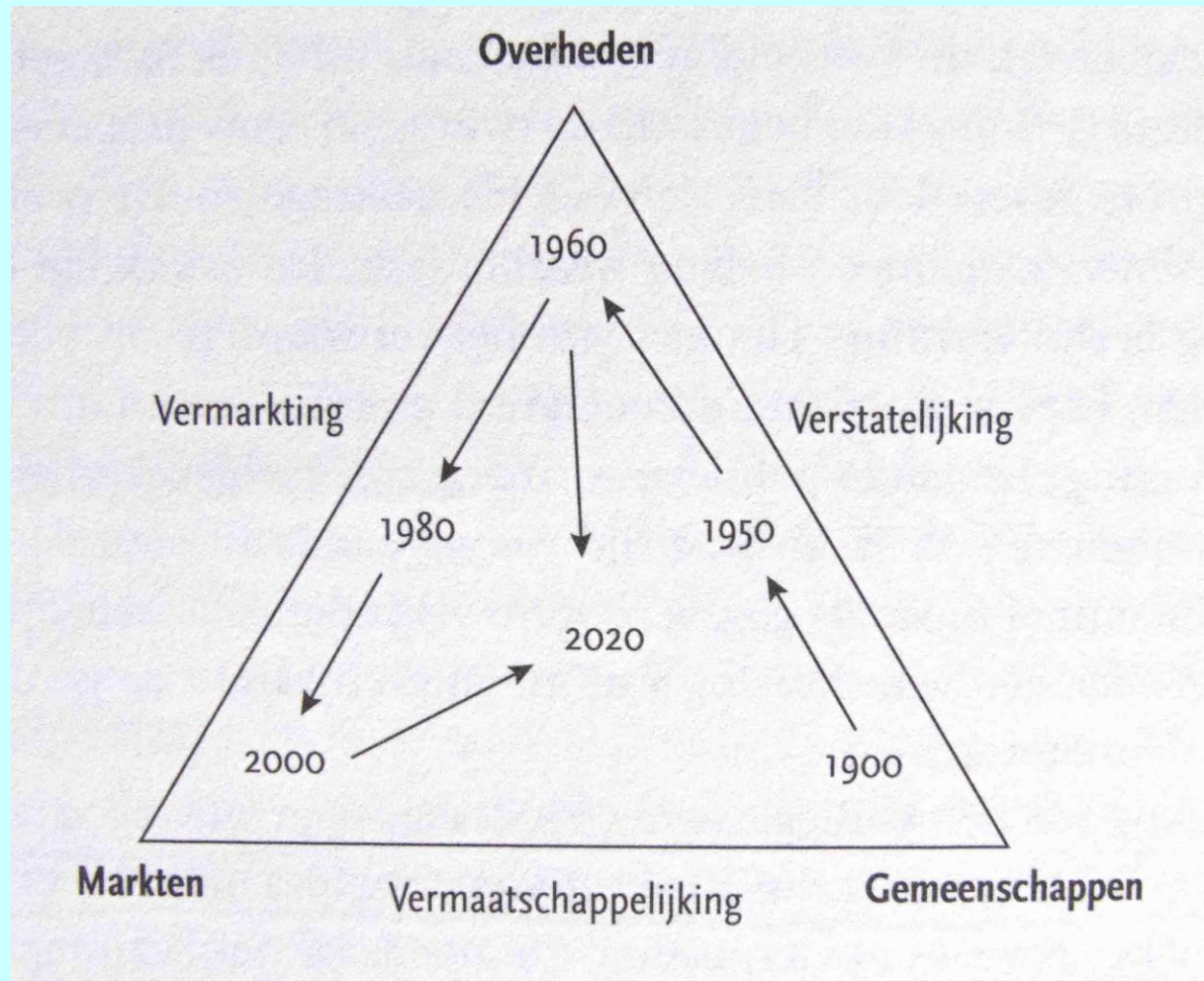
- **49% van de bevolking (15+)**
- **Per persoon gemiddeld 200u p jr**
- **1 miljard vrijwilligersuren**
- **Sport 15%, scholen 11%, jeugd 9%, zorg 9%, Cultuur 5%**
- **Evenveel vrouwen als mannen; sector verschillend**
- **Alleen basisschool 31%, 62% universiteit**
- **35-45 jaar meeste vrijwilligers, 55+ de meeste vrijwilligers uren**
- **Leeftijdsfase gekoppeld:**
 - jongeren in jeugdorg en sport. 35-45jr onderwijs, 55+ zorg en kerk.**



- Aantal mensen redelijk gelijk
- Grotere diversiteit in binding en inzet
- Aantal uren neemt af (van gemiddeld 18 uur naar 14,5 uur per maand).
- Die beginnen zijn minder lang actief dan die stoppen.
- Verschillen in het land afh van Sociaal culturele identiteit/ gemeenschapsvorming



Speelveld tussen overheid-markt-gemeenschap





Vereniging Nederlandse Organisaties Vrijwilligerswerk

krachtenveld maatschappelijke organisaties

- **Overheidssturing: (on)oplosbare problemen tegen lagere kosten oplossen: laaggeletterdheid, achterstand, kansen op werk, inburgering, kwaliteit van leven/gezondheid,etc**
- **Marktsturing: prestatiefinanciering, contract financiering, prestatie/impact meeting, aanbesteding, concurrentie door private partijen/ bewoners zelf.**
- **Private sturing: bewoners/vrijwilligers houden hun eigen voorziening(en) in stand met vaak een multifunctioneel karakter: welzijn, zorg, cultuur/ bibliotheek**
- **Verschillende opdrachtgevers, financiers die verschillende en tegengestelde eisen stellen**



Vereniging Nederlandse Organisaties Vrijwilligerswerk

Strategische motivaties over de inzet van vrijwilligers

€ gedreven	"Purpose" gedreven
> Bezuinigingen	> Voor wie wil je er zijn?
Vrijwilliger als onbetaalde kracht	Vrijwilliger vanwege complementaire bijdrage
Eenvoudige operationele taken (koffie en thee)	Kernfunctie (bijv: bereiken van statushouders, allochtone vrouwen)
Organiseren van dienstverlenende vrijwilligers	Organiseren van ondernemend talent
Overeind houden van diensten	Innovatie en nieuwe doelgroepen
Werven van eigen vrijwilligers	Eigen vrijwilligers & "project"vrijwilligers of samenwerking
Deprofessionalisering	Functie met en voor de gemeenschap



Vereniging Nederlandse Organisaties Vrijwilligerswerk

Perspectiefverschillen; anders kijken

Instelling perspectief	Vrijwilligers perspectief
Arbeid is duurste factor	Arbeid is relatief zeer goedkoop
Financiering volgen	Wat is er nu nodig?
Regels/budget bepalen toegang; werktijden/openingstijden,	Aantal vrijwilligers bepalen toegang
Doelgroep op basis van opdracht	Insluiting van doelgroep (kunde en motivatie; wat kunnen we aan, is leuk)
Functionele machtsrollen	Gelijkwaardigheid en gezag/ervaring
Prestatie afspraak	Gemeenschappelijke binding
Kwaliteitsystemen	Zingeving en bedoeling

Vrijwilligers als 'uitvoerende handjes' versus vrijwillige zelf/samen-organisatie.

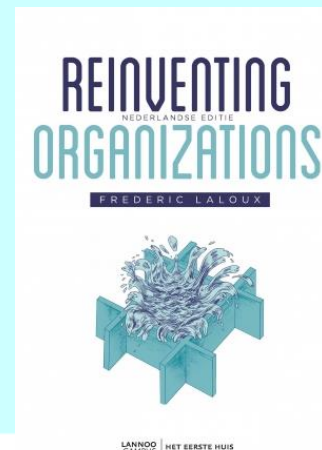
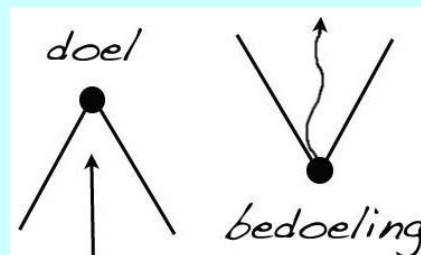
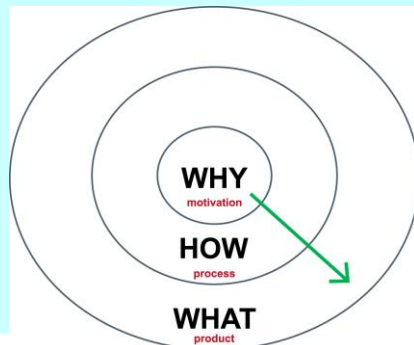


Jaap Peters; "Intensieve menshouderij"

**WANNEER GAAT
DE MENSWERKING
DE MARKT BEPALEN**

Loesje

- Mensen/organisaties verbinden op een hoger doel/purpose/betekenis:
 - ✓ Kwaliteit van zorg > kwaliteit van leven
 - ✓ Achterstand verminderen > empowerment en zelfredzaamheid
 - ✓ Branden blussen > branden voorkomen
- Werken vanuit ruimte en vertrouwen ipv controle
- Gebruik potentie/talent van mensen, denk in rollen i.p.v. van taken en functie
- Intrinsieke motivatie stimuleren (meesterschap ondernemerschap, autonomie)

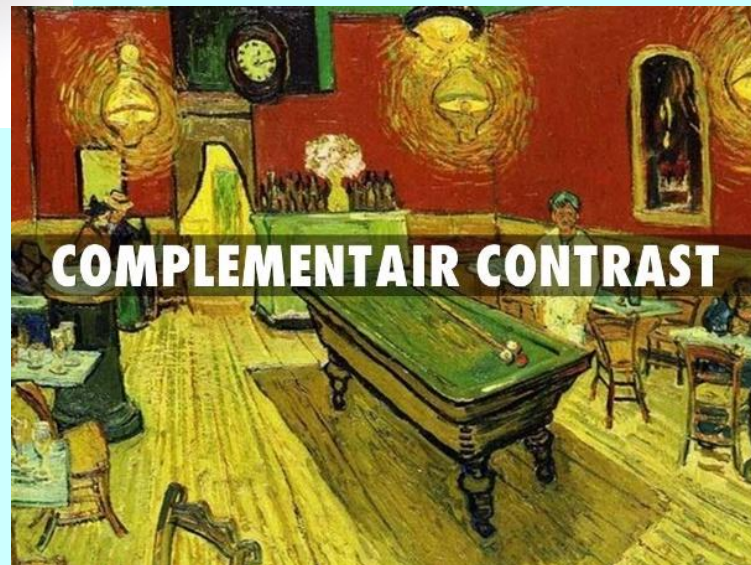


Wel of geen **Verdringing** tussen vrijwilligers en betaalde werkers



Vrijwilligers
6700 > 11.000

Betaalde krachten
9000 > 6800



Visie op inzet betaald-onbetaald werk

- ❖ **Alle werkzaamheden zijn uitwisselbaar.....naast bepaalde geautoriseerde competenties (bijv. BIG)**
- ❖ **Context is bepalend:**
 - ❖ **Doelstelling:** service, voor/door, campagne.
 - ❖ **Positionering:** markt, overheid, civil society
 - ❖ **Eigenaarschap:** vrijwilligers ondersteund (betaalde werkers met vrijwilligers), vrijwilligers gestuurd (vrijwilligers met betaalde werkers)
- ❖ **Plaats waar de kostenbesparing terecht komt**





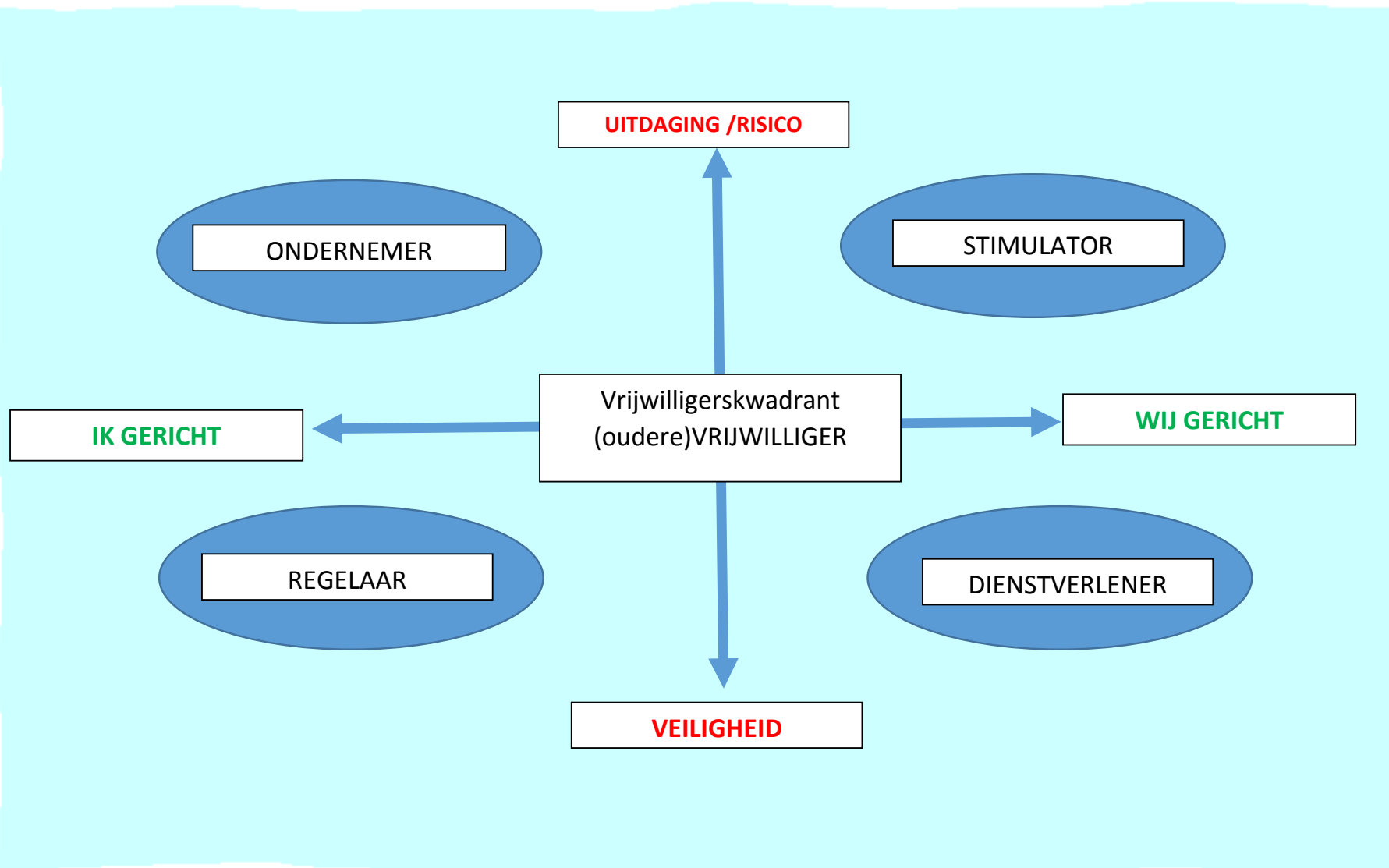
Vershil in organisaties

Vereniging Nederlandse Organisaties Vrijwilligerswerk

kenmerk	Service gericht	Voor ons- door ons	Campagne gericht
Doel	Maatschappelijke diensten	Vereniging rond onderwerp	Stem geven aan belang
Klant/client	afgebakend	Vrijwilliger zelf	"hele wereld"
voorbeelden	Rode Kruis Zonnebloem buurtbussen	Sport, zangkoor COC, Scouting	Amnesty, Greenpeace politiek

1. **VERTROUWEN** De basis is vertrouwen. Het initiatief ligt bij vrijwilligers, wij ondersteunen waar mogelijk. Wij geven vrijwilligers de ruimte om te groeien en bloeien.
2. **KRACHT** De kracht en het plezier van de vrijwilliger staat voorop.
3. **LUISTEREN** We luisteren naar de behoefte van vrijwilligers en spelen daarop in.
4. **IMPACT** We brengen groene vrijwilligers zelf, én hun impact op onze samenleving in beeld
5. **TOEKOMST** Onderzoek naar de vrijwilliger van morgen, hoe kunnen we mensen blijven binden?
6. **SAMEN** Vrijwilligers goed ondersteunen. Dat vraagt samenwerking met de overheden; met elkaar én met vrijwilligers.

MATCH MET ELKE VRIJWILLIGER



Veranderen = gaan doen

**Wat ik wil
veranderen
wil nog
wel eens
veranderen.**

Mwah