Wereld van Filantropie

Esther Hofstede van Good Busy.

10 inzichten in vrijwilligerswerk werknemers

Hoe kunnen bedrijven deze kennis in de praktijk toepassen?

Door: Redactie DDB

08-08-2024

Vrijwilligers

Met de maatschappelijke inzet van medewerkers kunnen bedrijven het verschil maken in de samenleving en gelijktijdig bijdragen aan HR-doelen. Het programma Good Busy van de Vereniging Nederlandse Organisaties Vrijwilligerswerk formuleerde onlangs tien inzichten over medewerkersvrijwilligerswerk gebaseerd op het onderzoek Geven in Nederland van de VU. Dit initiatief maakt duidelijk wat bedrijven ermee kunnen in de dagelijkse praktijk.

Bedrijven geven naar schatting € 507 mln aan goede-doelenorganisaties in de vorm van tijd, zo blijkt uit de special 'Maatschappelijke inzet van werknemers' van het Centrum voor Filantropische Studies van de VU. Één op de vier bedrijven ondersteunt of organiseert de maatschappelijke inzet van werknemers. Good Busy distilleerde niet alleen tien inzichten uit het VU-onderzoek, maar vulde deze ook aan met praktijkkennis, ervaringen van bedrijven en tips van ondernemers.

This is an open access article distributed under the terms of the CC BY-NC-ND 4.0 license
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

Inzicht 1:
Steeds meer bedrijven doen mee

Bedrijven geven in totaal € 1,8 mrd als giften aan maatschappelijke terreinen. Van die € 1,8 mrd is 63% in de vorm van geld, 29% in de vorm van tijd / vrijwilligerswerk (de eerder genoemde € 507 mln) en 8% in de vorm van goederen. Het aantal bedrijven dat 'geeft in de vorm van tijd' is toegenomen van 17% tot 29%. Bedrijven zijn geworteld in de samenleving en willen niet alleen met hun bedrijfsactiviteiten, maar ook op maatschappelijk vlak een wezenlijke bijdrage leveren. Medewerkersvrijwilligerswerk is een waardevolle manier om daar invulling aan te geven.

Inzicht 2:
Goede redenen om medewerkers in te zetten

Ten eerste: als bedrijf wil je een belangrijke bijdrage leveren aan de maatschappij. Ten tweede: medewerkersvrijwilligerswerk heeft positieve effecten op het functioneren van medewerkers, denk aan productiviteit, moreel en onderlinge samenwerking. Ten derde: het draagt bij aan een positiever arbeidsmarkt- en bedrijfsimago. Het is goed voor het aantrekken en behouden van medewerkers, Ten slotte: inzet van medewerkers is een manier om invulling te geven aan afspraken over *social return*.

Inzicht 3:
Veel bedrijven zijn al *good busy*

54% van de bedrijven (met minimaal 250 werknemers) ondersteunt of organiseert de maatschappelijke inzet van medewerkers. Gemiddeld is 26% van de bedrijven in Nederland is actief met medewerkers-vrijwilligerswerk. Het percentage bedrijven dat medewerkersvrijwilligerswerk doet neemt toe naarmate het bedrijf groter is. Ondersteuning van medewerkersvrijwilligerswerk en pro-bono werk hangen samen met omzet en winst, een business-to-business afzetmarkt en leeftijd van de organisatie.

Inzicht 4:
Hoe meer medewerkers te mobiliseren?

Gemiddeld 31% van de medewerkers neemt deel aan een medewerkers-vrijwilligerswerkprogramma. Programma's die rekening houden met onderstaande vijf punten zien een significant grotere deelname in hun bedrijf.

1 Aansluiten bij de interesse van de medewerkers
2 Keuzevrijheid en deelname binnen bedrijfstijd
3 Maatschappelijke impact voorop laten staan
4 Leidinggevenden het goede voorbeeld laten geven door hun deelname
5 Deelname zo makkelijk mogelijk maken door alles te organiseren

Inzicht 5:
Haal vrijwilligers 'van de plank'

This is an open access article distributed under the terms of the CC BY-NC-ND 4.0 license
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

Gemiddeld mogen medewerkers 28 uur per jaar besteden medewerkersvrijwilligerswerk of pro-bono werk. De inzet wordt uitgevoerd in losse dagen of dagdelen; de meeste maatschappelijke inzet is ad-hoc (wanneer nodig). Bij negen op de tien bedrijven vindt medewerkersvrijwilligerswerk plaats binnen bedrijfstijd.

Het is geweldig dat er in Nederland zoveel vrijwilligersuren via bedrijven beschikbaar zijn. Echter: in de praktijk blijkt het soms lastig om deze uren allemaal te verzilveren. Daarmee blijft veel kracht onbenut. Dus optimaliseer gebruik van vrijwilligersuren (zie ook inzicht 9).

Inzicht 6:
Maximale impact met slechts een dag(deel)

Gemiddeld is een medewerker van een bedrijf een dag of dagdeel actief bij een goed doel. Ondanks de kortdurende inzet kan de impact voor medewerkers langdurig zijn. Doordat ze een ervaring opdoen die ze niet snel in andere situaties kunnen opdoen krijgen ze nieuwe inzichten die mogelijk hun houding en gedrag veranderen en meer begrip voor bijvoorbeeld een maatschappelijk vraagstuk of een doelgroep (‘transformatief vrijwilligerswerk’).

Voorts: doordat medewerkers extra handen meenemen kunnen er activiteiten plaatsvinden die zonder deze extra hulp en ondersteuning niet door konden gaan of extra kosten zouden opleveren. Tot slot: de opbrengsten zijn niet altijd materieel, maar veelal sociaal van aard, zoals bijzondere sociale interacties tussen doelgroepen van maatschappelijke initiatieven en de medewerkers van het bedrijf.

Inzicht 7:
Deze categorieën zijn populair

Kinderen en jongeren, ouderen en mensen in armoede alsook dieren zijn de meest populaire doelgroepen bij bedrijven en medewerkers. Populaire maatschappelijke organisaties of thema's bij bedrijven en medewerkers zijn: scholen, sociale hulpverlening, voedselbank, rechtshulp of slachtofferhulp, verzorging of gezondheidszorg en milieu, natuurbehoud of dierenbescherming.

Wat kies je als bedrijf als je echt impact wil maken op de samenleving? Wat leeft en speelt er in jouw omgeving? Volg je de massa of kies je een eigen pad? Bovenstaande maatschappelijke organisaties en doelgroepen zijn populair, maar het is goed om je met elkaar te realiseren of daarmee wellicht ook doelgroepen uit ons blikveld verdwijnen voor wie maatschappelijke steun ook een wezenlijk verschil kan maken. Deze route kan verrassend genoeg meer opleveren dan je vooraf kon voorzien. Houd het vizier breed.

Inzicht 8:
Dit vinden medewerkers belangrijk

In de praktijk laat bijna twee op de drie medewerkers de maatschappelijke betrokkenheid van een bedrijf steeds sterker meewegen in hun keuze om ergens te gaan werken. Omdat het bijdraagt aan hun welzijn en werkgeluk. Ook in Geven in Nederland komt dit naar voren. Van elke tien mensen vinden vier het

This is an open access article distributed under the terms of the CC BY-NC-ND 4.0 license
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

belangrijk dat de werkgever hun de mogelijkheid biedt om zich in te zetten voor de maatschappij (44%).

Inzicht 9:
Drempels voor bedrijven wegnemen

In de organisatie van een programma voor corporate volunteering lopen – ondanks enthousiasme, tijd en geld – bedrijven soms tegen drempels aan. Welke zijn de meest voorkomende volgens het Geven in Nederland-onderzoek? Drempel 1: medewerkersvrijwilligerswerk is moeilijk te organiseren binnen het bedrijf. Drempel 2: het is lastig om medewerkers te motiveren om deel te nemen (zie ook inzicht 4)

Maar gelukkig vinden de meeste bedrijven daarin hun weg. En zijn veel handige oplossingen, praktische *tools* en organisaties die hierbij kunnen helpen om deze drempels te slechten. Een 'derde partij', zoals een intermediaire organisatie kan uitkomst bieden. Deze organisaties maken gebruik van *matching* platforms, beursvloeren en netwerkevenementen. Vaak nemen ze een deel van de organisatie op zich of fungeren ze als *social impact* adviseurs.

Inzicht 10:
Bredere focus voor bredere impact

Medewerkersvrijwilligerswerk wordt bij bedrijven niet altijd op dezelfde plek of afdeling ondergebracht. De afdeling die het medewerkers-vrijwilligerswerkprogramma onder de hoede heeft, heeft een grote invloed op de focus.

Bij HR ligt de focus vaak op het prioriteren van medewerkers. De initiatieven zijn ontworpen om de medewerkers te ondersteunen en te betrekken. Bij MVO (Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen) is vaak het doel om sociale thema's te bevorderen en bij te dragen aan maatschappelijke doelen. Bij Communicatie zijn de initiatieven zvaak ingestoken om de publieke perceptie van het bedrijf te verbeteren.

Tot slot

Wil jij ook aan de slag met medewerkersvrijwilligerswerk of er een volgende slag in maken? Good Busy helpt je op weg. Op www.goodbusy.nu vind je nog meer tools, inspiratie en kennis. Ook organiseren we regelmatig online Kenniscafé's voor bedrijven.
Medewerkersvrijwilligerswerk maakt je bedrijf aantrekkelijk voor nieuwe medewerkers en zorgt bovendien dat je huidige medewerkers langer bij je organisatie blijven en dat het ziekteverzuim afneemt.

This is an open access article distributed under the terms of the CC BY-NC-ND 4.0 license
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/