

Hedendaags vrijwilligersbeleid en de Millenium Volunteer



Els Tijskens, zelfstandig consulente

Voor iedereen die regelmatig met vrijwilligers werkt, is het merkbaar dat de vrijwilliger van vandaag niet meer de vrijwilliger van vroeger is. De samenleving verandert en de vrijwilligers en het vrijwilligerswerk veranderen mee. Els Tijskens liet haar licht schijnen op het hedendaagse vrijwilligersbeleid en de Millenium Volunteer. Een greep uit een aantal begrippen die tijdens de lezing aan bod kwamen.

De hedendaagse vrijwilliger

De nieuwe vrijwilligers staan onder invloed van individualisering, ze willen zelf keuzes maken en ze willen op verschillende domeinen actief zijn als vrijwilliger. Het zijn de persoonlijke interesses die bepalen of men al dan niet aan vrijwilligerswerk zal doen. De nieuwe vrijwilliger zal daarbij voorkeur geven aan postmaterialistische waarden zoals zelfontplooiing, solidariteit, democratie, inspraak en vrijheid.

Het zijn de persoonlijke interesses die de keuze van de organisatie bepalen. Veranderen die persoonlijke keuzes, dan zal de vrijwilliger ook gemakkelijk van organisatie veranderen.

De nieuwe vrijwilliger is heel basis-democratisch ingesteld. Organisaties die eerder horizontaal en los gestructureerd zijn, dragen dan ook de voorkeur weg.

De nieuwe vrijwilliger zoekt een evenwicht tussen eigen verlangens en de behoeften van de organisatie: hij zoekt een win-winsituatie en kijkt daarbij naar solidariteit en zelfverwezenlijking. Verder gaat hij kortetermijn-engagements aan die gemakkelijk opzegbaar zijn, hij wil zo weinig mogelijk gebonden zijn. De nieuwe vrijwilliger combineert de inzet voor anderen met de zoektocht naar identiteit en zingeving. Mensen kiezen in welk vrijwilligerswerk ze zich willen engageren.



Visie op vrijwilligerswerk: 8 cruciale vragen

Een organisatie moet een duidelijke visie hebben op de positie van de vrijwilliger. Het denkwerk dat hierbij aan te pas komt, is de basis van een goed vrijwilligersbeleid voor een organisatiecultuur met oog voor de vrijwilliger. De volgende acht vragen kunnen hierbij helpen. Overloop die met de organisatie en je komt dan al tot een sterk plan rond visie.

1. Waarom bestaat vrijwilligerswerk in de samenleving? Hoe evolueert het?
2. Waarom werkt onze organisatie met vrijwilligers? Wat is de geschiedenis van vrijwilligerswerk in de organisatie?
3. Is het engagement dat we van vrijwilligers verwachten eerder vrijblijvend of eerder resultaatgericht? Stellen we criteria vast voor het engagement?
4. In welke mate beslissen vrijwilligers autonoom over de uitvoering van hun taken of engagements? Manier van aansturen van vrijwilligers
5. Wat bieden wij onze vrijwilligers?
6. Krijgen (sommige) vrijwilligers in onze organisatie een vrijwilligersvergoeding? Waarom wel/niet?
7. Hoe verhouden de vrijwilligers zich bij ons tot de betaalde krachten?
8. Op welke manier houdt de organisatie er rekening mee dat werken met vrijwilligers tijd en (dus) geld kost? Hoe is de organisatie afgestemd op het vrijwilligerswerk?

Eigentijds vrijwilligerswerk is FLEXIVOL

- **Flexibel (flexibility)** - Flexibel in engagement (werk en -tijden)
- **Legitiem (legitimacy)** - Imago is positief, liefdadigheid weg
- **Toegankelijk (ease of acces)** - Eenvoudig toegankelijk
- **Ervaringen (xperience)** - Persoonlijke ontwikkeling
- **Incentives (incentives)** - Levendig met prikkels en stimulansen
- **Variatie (variety)** - Afwisseling in activiteiten en taken
- **Organisatie (organisation)** - Organisatie is vlot en efficiënt
- **Laughs (ontspannend)** - Lachen is belangrijk, sociaal contact

Vrijwilligers werven: de wervingscirkel

Belangrijk bij werven en selecteren is dat je als vereniging ook een zicht hebt op het imago dat de organisatie heeft. Als men vrijwilligers gaat werven, zijn er zes verschillende items die vooropgesteld moeten worden, dit is de wervingscirkel:

| | |
|----------------------------|---|
| Wat? | doel |
| Wie? | doelgroep |
| Wat zijn de unieke punten? | USP's (<i>unique selling proposition</i>) |
| Wat en hoe? | boodschap |
| Welke weg? | kanalen |
| Hoe? | organisatie |

Motivatie in beweging

In onderstaande tabel wordt weergegeven in welke periode welke invloedsfactor (motivator) doorweegt. In elke periode is er immers één belangrijke invloedsfactor. De andere invloedsfactoren zijn ook aanwezig, maar op dat moment minder belangrijk.

Om resultaten te boeken kunnen organisaties zich bezinnen over:

1. Wat (de)motiveert vrijwilligers in elke fase of tijdsperiode van hun inzet?
2. Wat kunnen wij doen om tegemoet te komen aan de behoeften van de vrijwilligers?

De invloedsfactoren i.f.v. de betrokken periode

| Betrokken periode \ Invloedsfactoren (motivatie) | Organisatie <i>(organisatie in het algemeen, de vrijwilligerswerking)</i> | Voordelen <i>(reële algemene of individuele voordelen)</i> | Werk <i>(actuele taken)</i> | Mensen <i>(vrienden, management, collega's ...)</i> |
|--|--|---|--------------------------------|--|
| Aanvang, aanwerving, de eerste week <i>(0 maanden)</i> | 1 | 2 | 3 | 4 |
| De eerste maanden, de wittebruidsweken <i>(1 tot 3 maanden)</i> | 2 | 1 | 3 | 4 |
| De 'vestiging' als vrijwilliger <i>(6 tot 24 maanden)</i> | 4 | 2 | 1 | 3 |
| De langere termijn <i>(12 tot 24 maanden)</i> | 2 | 3 | 1 | 4 |
| En verder | ? | ? | ? | ? |

» **Els Tijskens**
zelfstandig consulente
congresspreker ISB-Congres, 18 maart 2010

» **Verslag: Marjolein van Poppel**
stafmedewerker ISB

» **Trefwoord(en):** ISB-Congres, vrijwilligers