



MeerWaarde *Tool*

*Vergroot de zichtbaarheid van
je maatschappelijke waarde*

KLik

Vrijwilligers
Vlaardingen

De waarde van vrijwillige inzet

In kaart brengen welke waarde vrijwilligerswerk heeft, is voor veel mensen zoets als vragen of groenten eten gezond is: het is zo duidelijk, dat je er verder geen aandacht aan hoeft te besteden. Natuurlijk heeft vrijwillige inzet waarde: kijk maar hoe gemotiveerd iedereen is, hoeveel mensen zich onvoorwaardelijk inzetten voor een ander.

Hoe waar dat ook is, in deze tijd is het niet meer voldoende. Voor opdrachtgevers, voor organisaties die met vrijwilligers werken én voor vrijwilligers zelf is het belangrijk om inzicht te krijgen welke waarde vrijwilligers toevoegen. En voor wie. Dat laat immers zien waar hun inzet het meeste effect heeft.

Het gevaar bestaat dat de waarde van vrijwilligerswerk alleen wordt uitgedrukt in financiële termen. Natuurlijk is het best handig om te laten zien hoeveel geld je bespaart door de inzet van vrijwilligers, of hoeveel het kost als vrijwilligerswerk door betaalde krachten gedaan zou worden. Maar de echte waarde van vrijwilligers is hun maatschappelijke bijdrage.

Uit onderzoek weten we intussen dat die maatschappelijke waarde vier dimensies kent:

- **De waarde voor de vrijwilliger zelf:** vrijwilligers ervaren meer betekenis, zijn gezonder en leven langer dan mensen die dat niet doen;
- **De waarde voor de ontvanger van het vrijwilligerswerk:** vrijwilligers zijn gelijkwaardig en ze hebben geen agenda: ze zijn er helemaal voor de cliënt;
- **De waarde voor de organisatie:** vrijwilligers brengen kennis, vaardigheden en netwerken in en zorgen dat organisaties meer voor elkaar kunnen krijgen;
- **De waarde voor de gemeenschap:** een stad, dorp of wijk waar veel vrijwilligers zijn, is een leefbare en betrokken gemeenschap.

Deze tool helpt je onder andere om deze vier dimensies in beeld te krijgen. Door mét de vrijwilligers en de mensen waar jullie je voor inzetten het gesprek hierover aan te gaan. Zo gaat het onderwerp meteen breder in jullie organisatie leven, én kun je de uitkomsten inzetten om de buitenwereld te laten zien hoe waardevol je vrijwilligerswerk is.

Willem-Jan de Gast
Auteur Basisboek Vrijwilligersmanagement

Colofon

Redactie	Movisie (Inge van Steekelenburg & Annette van den Bosch) Gemeente Vlaardingen (Claudia van Middelkoop)
Eind redactie	Gemeente Vlaardingen (Claudia van Middelkoop) Stijlmeesters
Vormgeving	The MindOffice
Datum uitgave	Mei 2019
Contactadres	KLiK Vrijwilligers Vlaardingen, Waalstraat 102 Klik@vlaardingen.nl www.klikvrijwilligers.nl 010 24 840 00



Gemeente Vlaardingen



Bepaal de maatschappelijke waarde van vrijwillige inzet voor jouw organisatie

Een tool die je helpt om de zichtbaarheid van je maatschappelijke waarde te vergroten

Dat het werken met vrijwilligers extra waarde toevoegt aan wat je doet, ervaren we vaak wel. Het concreet kunnen benoemen wát het dan toevoegt, vinden we veelal moeilijker. Dit instrument helpt je om die meerwaarde juist wel expliciet te benoemen. Wat weer kan bijdragen aan meer erkenning ontvangen, gemakkelijker financiering aanvragen én sneller vrijwilligers werven. In deze tool richten we ons op de maatschappelijke meerwaarde vanuit de overtuiging dat enerzijds veel vrijwillige inzet onbetaalbaar is en het verdient op een andere manier onder woorden te worden gebracht. En anderzijds het kunnen benoemen op zichzelf al een bijdrage levert aan het erkennen van die vrijwillige inzet.

Met het instrument dagen we je uit om:

- Het hogere doel van de organisatie (waarom zijn we hier?) concreet te krijgen;
- helder te maken hoe de organisatie het hogere doel bereikt (jullie meerwaarde);
- de activiteiten te beschrijven die de organisatie uitvoert om dit hogere doel te bereiken;
- Op effectievere wijze je organisatie te profileren.

Om bovengenoemde punten te bereiken brengen we de meerwaarde van vrijwillige inzet vanuit vier verschillende niveaus in beeld:

1. Waarde voor de vrijwilliger zelf
2. Waarde voor de cliënt/profijtgroep
3. Waarde voor de organisatie
4. Waarde voor de wijk, buurt, gemeente

Aan de hand van een routekaart nemen we je mee op pad naar een grotere bewustwording van de meerwaarde van het werken met vrijwilligers. Dit helpt je om beter te verwoorden waarom je doet wat je doet en met wie.

De routekaart

De routekaart kent verschillende haltes waar je stilstaat om opdrachten uit te voeren die je steeds dichterbij het eindpunt brengen. Je verwoordt concreet waarom, hoe en wat je doet als maatschappelijke organisatie als onderdeel van je omgeving. Je benoemt de waarde van het werken met vrijwilligers en zet dit af tegen het huidige reilen en zeilen van je organisatie. Daarmee heb je alle ingrediënten om je waarde te bepalen en vandaaruit acties te formuleren.



Aan de slag!	P. 7
Halte 1	P. 8
MeerWaarde vrijwillige inzet	
Halte 2	P. 10
Je organisatie in beeld	
Dit zijn wij	P. 11
Anderen in mijn omgeving	P. 12
Ontwikkelingen om ons heen	P. 14
Halte 3	P. 15
Maatschappelijk waarde op vier niveaus	
Vrijwilligers	P. 16
Profijtgroep	P. 18
Organisatie	P. 20
Wijk, buurt, gemeente	P. 22
Halte 4	P. 24
Kernboodschap en een actieplan maken	
Afsluitend	P. 27
Werbladen	P. 28

Aan de slag!

Verklaring van symbolen

 Halte 1	 Halte 2	 Halte 3	 Halte 4
Duid het begin- en eindpunt per halte aan			
 Handige tips	 Voorbeeld	 Tijdsaanwijzing	 Benodigde materialen

Zoals gezegd leidt de routekaart je langs vier haltes die je helpen om de maatschappelijke waarde van het werken met vrijwilligers op de vier verschillende niveaus (vrijwilliger, profijtgroep, organisatie, wijk/ buurt/gemeente) in kaart te brengen.

Het gaat in het proces van de routekaart niet alleen om het invullen van de stappen en het eindresultaat. Het is al met al best een intensief traject. Maar de weg er naar toe is ook belangrijk. Je vergroot het bewustzijn over de maatschappelijke waarde van het werken met vrijwilligers door met elkaar in gesprek te gaan.

Waar je in de MeerWaarde Tool het woord organisatie leest, kun je ook het woord buurtinitiatief lezen. Voor het leesgemak hebben we gekozen voor organisatie.

De routekaart volgen

Iedere halte heeft een doel en om dit doel te behalen zijn er verschillende oefeningen uitgewerkt en wordt een tijdsindicatie gegeven. Het is aan te bevelen om alle oefeningen bij de haltes uit te voeren. Organiseer voor het doorlopen van de routekaart één of meerdere bijeenkomsten met een kleine afvaardiging.

Samenstellen kerngroep

Belangrijk is om een dwarsdoorsnede van de organisatie te betrekken bij het proces. Hierdoor krijg je een zo'n compleet mogelijke afspiegeling van de werkelijkheid. Een vrijwilliger kijkt anders naar de organisatie dan een bestuurder.

Vrijwilligers en betaalde krachten

Veel organisaties en initiatieven worden gedragen door enkel vrijwilligers, in andere werken vrijwilligers samen met betaalde krachten. Deze routekaart richt zicht op beide vormen. Wanneer het voor jou niet van toepassing is, sla je vragen over samenwerking tussen vrijwilligers en betaalde krachten gewoon over.

Tijdpad

Houd in ieder geval rekening met een doorlooptijd van 1 à 2 maanden vanaf de startbijeenkomst tot en met het opstellen van het actieplan. Er zijn vier haltes te doorlopen, elk met één of meerdere oefeningen die minimaal 30 minuten en maximaal 1,5 uur duren. De totale investering schatten we voor de initiatiefnemer op zo'n 10 uur. Houd hierbij voor ogen dat het met elkaar praten over de waarde van vrijwilligerswerk nieuwe energie in de organisatie brengt en het daarmee een waardevolle investering is.

Je kunt kiezen voor een korter of langer tijdpad. Dit is van een aantal factoren afhankelijk, zoals hoeveel tijd je er voor wilt uittrekken, welke tijd je kunt vrijmaken en hoe grondig je één en ander in kaart wilt brengen of al in kaart hebt. De energie die je erin stopt komt er veelal ook weer uit.

Werkbladen

Om toe te werken naar een actieplan zijn er werkbladen bijgevoegd. Deze dienen ter verslaglegging, en bieden een houvast tijdens de haltes en bijeenkomsten.



Na afloop van de bijeenkomsten is het handig een foto te maken van gebruikte flip overs.

Actieplan maken

Aan het einde is het van belang om een vertaalslag te maken naar de uitvoering; van denken naar doen. Daarom is aan het eind een werkblad 'actieplan' toegevoegd. De acties die voortkomen uit de oefeningen bij de vier haltes schrijf je in het actieplan. Hierin staat bijvoorbeeld hoe je de uitkomsten gaat communiceren binnen je organisatie en wat jullie doen om de acties te borgen.



Zonnehuis Groep Vlaardingen

In de tool lees je bij de vier haltes voorbeelden, ter inspiratie, van Zonnehuis Groep Vlaardingen. Zij doorliepen de Meerwaarde Tool en beschrijven de uitkomsten van de haltes.

Halte 1

Routekaart MeerWaarde vrijwillige inzet

Om de routekaart te volgen is het belangrijk dat je allemaal dezelfde route voor ogen hebt. Bij deze halte stel je de kerngroep samen en verken je met je medereizigers het doel van de reis en de route.

Tijdens deze oefening ga je met elkaar in gesprek over het doel van het traject en welke werkwijze het beste past binnen jullie kerngroep om de gehele route succesvol te doorlopen.

Doel

Kerngroep formeren; je kiest je 'medereizigers'. Het doel van deze reis bepalen en vaststellen wat er nodig is om het doel te behalen. Afspraken vastleggen.

Voordat je aan de slag gaat, bedenk je met wie je de route wilt lopen. De initiatiefnemer zal deze stap zetten in afstemming met de organisatie.

Bepaal vervolgens welke mensen een goede afspiegeling van jullie organisatie vormen en nodig hen uit. De kerngroep bestaat uit minimaal 3 en maximaal 8 personen.

Denk aan:

- Bestuur;
- coördinator vrijwilligers;
- enkele vrijwilligers;
- potentiële vrijwilligers;
- anders (bijvoorbeeld een medewerker die met vrijwilligers werkt).

🕒 60 min

📄 Werkblad 'Routekaart MeerWaarde vrijwillige inzet'

Papier

Stiften

Stap 1

Ga met deze kerngroep in gesprek over de volgende onderdelen:

1. **Opwarmer:** Discussieer over de stelling: 'Klant is koning, onze cliënten zijn meer koning als er vrijwilligers werken'. Inventariseer de voors en tegens. Vraag ook door: bijvoorbeeld, wat ervaren cliënten dan extra?

Deze discussie geeft je zicht op de meerwaarde van het werken met vrijwilligers. De vraag: Wat is de meerwaarde van werken met vrijwilligers? komt gedurende de reis meerdere malen terug.

🕒 10 min

2. **Bespreek met elkaar de volgende vragen:**

- Waarom willen we de meerwaarde helder in beeld hebben? Wat is ons doel?
📄 Vul hierbij het werkblad in.
- Wat levert het op om dit te benoemen? (in het kader lees je enkele voorbeelden van de Zonnehuisgroep Vlaardingen)
- Waar moeten we rekening mee houden in het traject?
📄 Vul hierbij het werkblad in.

🕒 15-20 min

Stap 2

Bepaal met elkaar het volgende:

1. **Bepaal met elkaar het volgende:**

- Maak een tijdpad, wanneer wil je klaar zijn met het doorlopen van de routekaart. En welke afspraken maak je daarover met elkaar?
- Hoe houden we iedereen in de organisatie op de hoogte? Wie doet wat?
- Andere zaken...

🕒 15-20 min

Redenen voor Zonnehuis Groep Vlaardingen om hun meerwaarde te benoemen, zijn:

- Verbinding houden met de kern van de organisatie;
- profilering: naar diverse partners uitstralen wat onze kracht is van het werken met vrijwilligers;
- erkenning inzet vrijwilligers, waardering van de vrijwilligers,
- aantrekken van meer vrijwilligers;
- gebruiken in aanvraag voor financiering.

Schrijf de uitkomsten en de afspraken uit de halte op een flip-over. Dat maakt het gesprek heel concreet. Neem de uitkomsten over op het werkblad en/of maak een foto van de flip-overs.



Halte 2

Je organisatie in beeld

In deze halte maak je pas op de plaats. Waar sta je voor als organisatie en hoe draag je dit uit? Dit zijn vragen die je helpen je hogere doel en hoe je dit dagelijks invult, te concretiseren.

Halte 2 bestaat uit drie oefeningen, A, B en C

De volgende oefeningen helpen om je organisatie en de omgeving in kaart te brengen. Je maatschappelijke meerwaarde kunnen benoemen start bij een goed beeld van jezelf hebben. Vragen uit de *Golden Circle* van Sinek helpen hierbij:

1. *Waarom* doe je wat je doet en wat wil je bereiken?
2. *Hoe* werk je, wat is je aanpak?
3. *Wat* doe je, wat zijn je activiteiten?

Daarnaast is het van belang je omgeving te kennen: Wat is je sociale kaart en hoe staat je organisatie bekend? Wat zijn voor de organisatie belangrijke ontwikkelingen? In deze stap verzamel je ingrediënten om je verhaal goed te kunnen verwoorden.

Doel

Je bewust zijn van wie je als organisatie bent, hoe anderen jou zien en waar je staat in het veld.

2u 15 min – 2u 45 min

Werkbladen 'Je organisatie in beeld'

Papier

Stiften



Voorbeeld Golden circle vanuit Zonnehuis Groep Vlaardingen

Waar sta je voor? Met persoonsgerichte zorg op maat bijdragen aan de kwaliteit van leven. Daar staat Zonnehuis Groep Vlaardingen voor.

Hoe doe je dit? Door hoofd, hart en handen te verenigen zorgen we samen dat de bewoner/cliënt zijn eigen regie behoudt.

Wat doe je dan: We stellen de wensen, behoeften en zorgvraag van onze bewoners/cliënten centraal.

Geïnspireerd op de Golden Cirkel van Sinek©, ga je aan de slag met de vraag waarom je doet wat je doet. Als je namelijk de waarom, hoe en wat vraag beantwoordt, geef je duidelijkheid over je uitgangspunten. Waarom doe je wat je doet (wat is het doel)? Hoe werken jullie (wat is je aanpak)? En wat doe je (wat zijn je activiteiten)? Sinek© gaat ervan uit dat de omgeving eerder met je samenwerkt of je dienst afneemt, als je vertelt waaróm je dingen doet zoals je ze doet. Welke overtuiging zit er achter?

Meer weten: bekijk het filmpje over de Golden Circle via TEDTalk.



A

Dit zijn wij

Met deze oefening breng je gezamenlijk de waarom-, hoe- en wat- vraag in kaart. Vul de vragen in op het werkblad.

Doel

Je bewust zijn van wie je als organisatie bent.

2u 15 min – 2u 45 min

Werkblad Je organisatie in beeld 'Dit zijn wij'

Papier

Stiften

Stap 1

Waarom, Hoe en Wat

Organiseer een bijeenkomst en ga aan de hand van onderstaande Waarom, Hoe en Wat- vragen met elkaar in gesprek. Vul met elkaar de volgende onderdelen in op het werkblad *Dit zijn wij*.

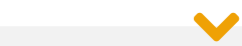
Groepsgrootte 4 tot 6 mensen: laat bij de **Waarom**-vraag deelnemers eerst 5 minuten voor zichzelf nadenken wat de antwoorden op de drie hulpvragen zijn en laat ze deze kort opschrijven. Maak daarna een rondje en bespreek dan de verschillende antwoorden. De **Hoe**- en **Wat**-vraag beantwoord je klassikaal.

Groepsgrootte 7 mensen of meer: verdeel de **Waarom**, **Hoe** en **Wat**-vragen over drie verschillende groepjes. Vraag of zij een brainstorm doen per groepje en laat ze de uitkomsten op een flap-over opschrijven. Bespreek deze uitkomsten vervolgens klassikaal.

→ **Waarom** doe je wat je doet?

Hulpvragen:

- Waar sta je voor, wat wil je bereiken?



- Aan welk maatschappelijk vraagstuk draag je iets bij?
- Wat maakt dat je je hiervoor wil inzetten?

Vul hierbij het werkblad in. 15 min

→ **Hoe** werk je, wat is je aanpak?

Anders gezegd: Wat maakt dat je met vrijwilligers werkt?

Hulpvragen:

- Voor wie werk je? (doelgroep)
- Met wie werk je en waarom? (vrijwilligers en samenwerkingspartners)
- Wat bieden onze vrijwilligers meer/anders dan betaalde krachten?
- Wat onderscheidt ons van andere organisaties?

Vul hierbij het werkblad in. 10 min

→ **Wat** doe je, wat zijn je activiteiten?

Hulpvraag:

- Onze activiteiten zijn... (We organiseren ontmoeting, verbinding, etc.)

Vul hierbij het werkblad in. 10 min



Peil eens bij mensen in je omgeving hoe zij kijken naar je organisatie. Dan weet je direct of dit aansluit bij wat jullie willen uitstralen.

Stap 2

Uitkomsten

Bespreek met elkaar de uitkomsten aan de hand van de volgende vragen:

- Als je kijkt naar hetgeen we besproken en genoteerd hebben, wat valt dan op?
- Wat levert het op om op deze manier naar je organisatie en je drijfveren te kijken?

Vul hierbij het werkblad in.

10 min



Sociale kaart

Met deze oefening breng je op het werkblad in kaart bij welke (interne) partijen en samenwerkingspartners je meer of minder bekend bent en welke partners van belang zijn in het volgen van de missie. Daarnaast ga je in op hoe de organisatie door deze belangrijke anderen gezien worden.

Voor de organisatie is het belangrijk om vast te stellen wie de (samenwerkings)partners zijn. Doel is hiermee omgevingsbewustzijn te creëren. Welke partners zijn er momenteel die van invloed zijn op wat je doet, en welke partners maken mogelijk om te doen wat je doet? Denk hierbij aan formele en informele organisaties, concurrenten, maar ook financieringspartners. Wat doen andere partijen (met of zonder vrijwilligers) om jou heen? En, waarin is jouw organisatie en de activiteiten/ diensten die je aanbiedt uniek en hoe kijken anderen daarnaar?

Doel

Verstevigen van je positie in je werkgebied en je omgeving in kaart brengen.

45 min

Werkblad Je organisatie in beeld 'Sociale kaart'

Papier

Stiften

Stap 1 Samenwerkingspartners

1. Huidige samenwerkingspartners

Op het werkblad Sociale kaart schrijf je volgens de assen de namen van de partijen en samenwerkingspartners met wie je al samenwerkt. Je geeft hen een plaats op de as in hoeverre ze van belang zijn voor jullie als organisatie. Maak ook een inschatting hoe bekend je bent met die partner, soms heb je met één medewerker te maken, maar ben je verder niet bekend bij de rest van de organisatie.

Vul hierbij het werkblad in. 15 min

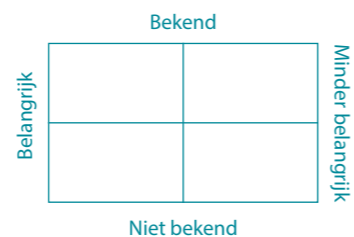
2. Potentiële samenwerkingspartners

Plaats ook de potentiële samenwerkingspartners op de as. Gebruik voor hen een andere kleur. Potentiële partners zijn partners bij wie je nog niet (zo) zichtbaar bent, maar van wie het wel heel praktisch zou zijn als zij in jouw professionele netwerk zitten. Geef aan hoe belangrijk deze potentiële partners voor je is.

Vul hierbij het werkblad in. 15 min



Vergroot het werkblad Sociale kaart op A3 formaat of teken de assen over op een flip-over.



Stap 2 Analyse

Beantwoord de volgende vragen over de partners die bij 'belangrijk' staan:

→ Hoe kijken ze naar je organisatie?

Hulpvragen:

- Weten zij dat je met vrijwilligers werkt en waarom?
- Wat vinden zij prettig aan de organisatie?
- Wat zouden zij anders van je willen zien?
- Wat is het belang van de ander om met jou te werken, wat halen ze bij jou?

Vul hierbij het werkblad in. 20 min

Stap 3 (optioneel)

Wanneer het niet lukt om de vragen uit stap 2 te beantwoorden, omdat je informatie mist, kun je besluiten om de vragen (direct) aan een aantal partners te stellen in (telefonische) interviews van zo'n 10 minuten. Verdeel de taken **en spreek af wanneer je de uitkomsten bespreekt**. Vul bij elke hulpvraag (zie stap 2) de drie belangrijkste bevindingen in.

Stap 4 Benoem acties

Geef aan welke acties nodig zijn om het beeld dat (potentiële) partners van jullie hebben te veranderen.

Vul hierbij het werkblad in. 10 min

Voorbeeld Zonnehuis Groep Vlaardingen

Bij het maken van de sociale kaart ontdekte Zonnehuis Groep Vlaardingen dat, naast externe partijen, ook juist interne afdelingen een belangrijke groep was waar kansen liggen. Ze zijn van groot belang bij het inzetten van vrijwilligers. Collega's die al werken met vrijwilligers, waarden de meerwaarde van de vrijwilligers enorm. Deze collega's zijn een visitekaartje naar buiten en kunnen bijdragen aan het vergroten van vrijwillige inzet binnen de organisatie.



In de praktijk

Zonnehuis Groep Vlaardingen is in de gemeente Vlaardingen betrokken bij het project 'Gezond Oud Worden'. Een project dat zich richt op ouderen in de gemeente. We stimuleren 55+ bewoners in beweging te komen en hen te betrekken bij onze activiteiten, zoals meehelpen bij het zwemmen met bewoners, muziek en bewegen, wandelen, fietsen etc. Zo voorkomen we dat 55+ 'achter de geraniums' gaan zitten en kunnen onze bewoners deelnemen aan verschillende activiteiten. We leveren als zorgorganisatie (met inzet van vrijwilligers) zorg en ondersteuning aan ouderen en we bieden ook vrijwilligersplekken aan de mensen op wie dit project zich richt (55+). Zo wordt de meerwaarde van het werken met vrijwilligers op verschillende manieren ingevuld.



Ontwikkelingen en trends

In de maatschappij zijn allerlei ontwikkelingen en trends gaande waar je als organisatie geen invloed op uit kan oefenen, maar die wel invloed (kunnen) hebben op je organisatie. Het is dus van belang deze ontwikkelingen te kennen. Denk hierbij aan decentralisatie in de zorg, aantrekkende arbeidsmarkt, meer vrijwilligers die extra begeleiding nodig hebben etc.

Met deze oefening benoem je die trends en ontwikkelingen die relevant zijn voor je organisatie en activiteiten. Benoem ook waarom deze trend van belang is en welke invloed het heeft op je doelgroep en activiteiten.

Doel

Inzichtelijk krijgen waardoor je als organisatie wordt beïnvloed en waarop je zelf invloed hebt. En zicht krijgen op (nieuwe) kansen.

🕒 30 min

📄 Werkblad Je organisatie in beeld 'Ontwikkelingen en trends'

Papier

Stiften

Stap 1 Ontwikkelingen en trends

Houd met elkaar een brainstorm over welke ontwikkelingen jullie om je heen zien als organisatie. Welke zijn van belang voor (en mogelijk van invloed op) je organisatie en waarom?

📄 Vul hierbij het werkblad in.
🕒 10 min

Stap 2 Waar draag je aan bij?

Benoem wat de organisatie, vanuit vrijwillige inzet, kan bijdragen aan de eerder genoemde vraagstukken die spelen in jouw wijk, buurt, gemeente.

📄 Vul hierbij het werkblad in.
🕒 20 min

Zonnehuis Groep Vlaardingen ziet de volgende trends en ontwikkelingen in de wijk, buurt en gemeente:

- Eenzaamheid; veel ouderen die thuis zitten en behoefte hebben aan sociale contacten.
- veel werkzoekenden in de meer middelbare groep.
- behoefte aan stageplekken voor jongeren in zorg en welzijn.

Waar kan Zonnehuis Groep Vlaardingen aan bijdragen?

- ➔ Bieden van sociale contacten, o.a. door het aanbieden van vrijwilligersplekken.
- ➔ 55+ en eenzame ouderen betrekken bij onze activiteiten waardoor zij in beweging blijven en zich minder eenzaam voelen.
- ➔ Mensen vanuit vrijwilligersplekken naar werk begeleiden.
- ➔ Zinnige dagbesteding aanbieden (WIA, Wajong).
- ➔ Stageplekken bieden; jongeren in contact brengen en kennis laten maken met de zorg en met de doelgroep ouderen met een beperking zowel lichamelijk als psychisch.

Halte 3

Maatschappelijke waarde op vier niveaus

In deze halte benoem je je maatschappelijke waarde op vier niveaus, namelijk voor vrijwilligers zelf, voor de cliënten/profijtgroep, de organisatie en voor de wijk, buurt, gemeente.

Halte 3 bestaat uit vier oefeningen, A, B, C en D

Je hebt nu je organisatie in beeld gebracht en met elkaar gesproken over de waarde die het werken met vrijwilligers voor de organisatie oplevert. Om deze waarde nog specifiek te benoemen, brengen we die vanuit vier verschillende niveaus in beeld:

1. Waarde voor de vrijwilliger zelf.
2. Waarde voor de cliënt/profijtgroep.
3. Waarde voor de organisatie.
4. Waarde voor de wijk, buurt, gemeente.

Doel

Inzichtelijk krijgen wat het werken met vrijwilligers nu echt oplevert vanuit verschillende perspectieven.

Kijk terug naar de eerste halte en bespreek of de uitkomst van wie je bent als organisatie nog steeds klopt. Ga dan aan de slag met de volgende oefeningen.

🕒 Maximaal 60 minuten per niveau (er zijn vier niveaus dus maximaal 4 uur voor alle oefeningen uit halte 3)

📄 Werkbladen 'Maatschappelijke waarde op vier niveaus'

Papier

Stiften

Waarde voor de vrijwilliger zelf

In deze oefening breng je samen met je vrijwilligers in kaart wat het werk bij je organisatie voor hen betekent. Hiermee vergroot je het bewustzijn bij de vrijwilligers en de organisatie over het werken met vrijwilligers. Een bijkomend voordeel is dat vrijwilligers het vaak waarderen als je hen betreft bij dit soort vragen.

Doel

Het vergroten van het bewustzijn van de vrijwilligers en de organisatie over de redenen waarom zij vrijwilligerswerk doen en welke bijdrage de organisatie hieraan levert of nog kan leveren.

🕒 45 min

📄 Werkblad Maatschappelijke waarde op vier niveaus 'Waarde voor de vrijwilliger zelf'

Post-its

Flip Over

Stiften

Associatiekaarten

Stap 1 Bijeenkomst

Organiseer een bijeenkomst met een groep vrijwilligers van de organisatie. Houd het werkbaar met 7 tot max 15 deelnemers

Stap 2 In gesprek

1. Benoem een gespreksleider (of stel jezelf voor als zodanig) en benoem dat de organisatie zicht wil krijgen op de meerwaarde van het werken met vrijwilligers en dat in deze bijeenkomst de volgende vraag centraal staat: wat betekent het vrijwilligerswerk voor de vrijwilligers zelf?
2. Kent iedereen elkaar? Maak een (voorstel) rondje als warming up. Vraag de naam en bij welke activiteit de vrijwilliger betrokken is (maximaal 1 minuut per deelnemer). Als men elkaar al kent, vraag dan een of twee deelnemers naar een leuke ervaring als vrijwilliger binnen de organisatie. Houd dit heel kort en houd de vaart erin.
3. Elke deelnemer schrijft nu op post-its wat de reden is dat zij vrijwilligerswerk doen bij jullie organisatie. Eén woord per post-it. Hulpvragen zijn: waarom doe je dit vrijwilligerswerk? Wat heeft het in jouw leven veranderd? Wat levert het je op?
4. Daarna noemt ieder om de beurt wat hij/zij heeft opgeschreven. De post-its komen op de flip-over, je groepeerd redenen/waarden die bij elkaar (lijken te) horen.

5. Is er een grotere groep? Bespreek dan in kleinere groepjes de redenen/waarden op de post-its en laat hen de waarden groeperen die bij elkaar lijken te horen. Koppel vervolgens terug vanuit de verschillende groepen en schrijf de waarden op een flip-over. Maak een foto voor in het werkblad, of neem de genoemde waarden daarop over.

📄 Vul hierbij het werkblad in.
🕒 30 min



Zet associatiekaarten in om het gesprek te voeren

Vraag vrijwilligers een kaart te kiezen die voor hen symbool staat voor de waarde van hun vrijwilligerswerk (Waarom doe je dit vrijwilligerswerk?). Een beeld zegt vaak meer dan 1000 woorden. Vraag de deelnemers of ze de keuze van hun associatiekaart willen uitleggen. Het kan hen enorm helpen om zich zo concreet een beeld te vormen van de waarde die het vrijwilligerswerk voor hen heeft.

Zonnehuis Groep Vlaardingen organiseert regelmatig een vrijwilligerscafé. In het café gaan zij in gesprek met vrijwilligers. Dat is een prima gelegenheid om hen te vragen wat vrijwilligerswerk hen oplevert. Antwoorden die zij op deze vraag gaven, waren:

- meer sociale contacten,
- het draagt bij aan mijn persoonlijke ontwikkeling; je leert nieuwe dingen,
- gezelligheid,
- het geeft voldoening,
- je gaat met een glimlach naar huis, zoveel plezier kan je beleven aan vrijwilligerswerk.

Daarnaast gaven ze aan het vrijwilligerscafé erg te waarderen. Het is leuk andere vrijwilligers zo te ontmoeten, iets te leren over het thema van de avond en ervaringen uit te wisselen.

Stap 3 Ophalen/reflectie

1. Als iedereen of elke groep geweest is, bespreek dan met elkaar: wat valt op? Wat wordt het meest genoemd? Wat zijn de verrassingen?
2. Wat gaat er al goed, binnen de organisatie, in het vervullen van deze waarden? Wat kunnen we als organisatie doen om deze waarden (nog beter) te vervullen?
3. Vat samen en noteer hetgeen besproken is. Werk zo nodig toe naar een top 3 of top 5 van waarden die belangrijk zijn voor de vrijwilligers. Kies met elkaar de 3 of 5 belangrijkste waarden en neem deze over op het werkblad/flip-over.

Vraag iedere deelnemer zijn top 3 of top 5 voor zichzelf op te schrijven. Vraag de eerste deelnemer zijn/haar waarden op de flip-over te schrijven met een turfje erachter. Vraag de volgende deelnemer het lijstje aan te vullen met waarden die nog niet genoemd zijn en/of een turfje te plaatsen achter een al genoemde waarde. Ga zo door tot alle deelnemers zijn geweest. De waarden met de meeste turfjes komen in de top 3 of top 5. Bespreek de waarden die eenzelfde aantal turfjes hebben en bepaal met elkaar welke in de top 3 of top 5 moet komen

📄 Vul hierbij het werkblad in.

4. Vraag wat iedereen van de bijeenkomst vond.
5. Bedank de vrijwilligers voor hun bijdragen en sluit af.

🕒 15 min



Ben je met een grotere groep, werk dan met groepjes en sluit daarna gezamenlijk af. Neem in dat geval iets langer de tijd voor stap 3.

Waarde voor de cliënt/profijtgroep

Met deze oefening krijg je zicht op wat het werken met vrijwilligers oplevert voor de cliënt/profijtgroep. Ervaren de cliënten het verschil in het contact met vrijwilligers en betaalde krachten? En wat merken ze dan?

Doel

Inzichtelijk krijgen wat het de cliënten/profijtgroep oplevert dat de organisatie met vrijwilligers werkt.

🕒 60 min

📄 Werkblad Maatschappelijke waarde op vier niveaus 'Waarde voor de cliënt/profijtgroep'

Post-its

Flip Over

Stiften

Vraag een aantal vrijwilligers of zij de cliënten/profijtgroep willen interviewen. Bedenk dan wel dat ze het beste de cliënten kunnen bevragen waarmee ze niet intensief werken.

Stap 1 Vragen

Bereid met een klein groepje de vragen voor die je aan de cliënten/profijtgroep wilt vragen. Mogelijke vragen die je kunt stellen zijn:

- ➔ Weet u dat activiteiten door vrijwilligers worden georganiseerd/begeleid?
- ➔ Merkt u verschil van hulp tussen beroepskrachten en vrijwilligers? Wat merkt u dan?
- ➔ Wat betekent de inzet van de vrijwilligers voor u?
- ➔ Wat kan de organisatie nog beter doen in het werken met vrijwilligers?

📄 Vul hierbij het werkblad in.
🕒 15 min

Stap 2 Groepsgesprek of Interviews

Organiseer een bijeenkomst met 8-10 cliënten of plan interviews met de cliënten/profijtgroep om te ontdekken wat zij als meerwaarde zien in het werken met vrijwilligers.

Kies of je korte interviews wilt doen of een gesprek met een aantal cliënten/deelnemers wilt organiseren. Met korte interviews kun je meer cliënten bereiken, maar het is meer werk om de resultaten te ordenen. In een groepsgesprek kan de uitwisseling tussen mensen direct tot verrassende resultaten leiden. Een combinatie van die twee kan natuurlijk ook.

Als je gekozen hebt voor een gezamenlijk gesprek:

1. Begin met een voorstelronde en leg uit waarom jullie bij elkaar zijn.
🕒 5 min
2. Stel de vragen die je hebt voorbereid en voer met elkaar het gesprek. Schrijf antwoorden van de deelnemers in steekwoorden op een flip-over.

🕒 30 min

3. Als de antwoorden opgehaald zijn:
 - ➔ Wat valt op? Wat wordt het meest genoemd? Wat zijn de verrassingen?
 - ➔ Welke acties kunnen we oppakken?
 - ➔ Vat samen.

📄 Vul hierbij het werkblad in.
🕒 10 min

4. Bedank iedereen voor zijn/haar bijdrage aan het gesprek. Sluit af met de vraag wat iedereen van de bijeenkomst vond.

Als je gekozen hebt voor interviews:

1. Werk ter voorbereiding de uitkomsten van de interviews uit.
2. Organiseer een bijeenkomst met degenen die de interviews hebben uitgevoerd. Bespreek met elkaar de volgende vragen:
 - ➔ Wat valt op? Wat wordt het meest genoemd? Wat zijn de verrassingen?
 - ➔ Welke acties kunnen we oppakken?
 - ➔ Vat samen.

📄 Vul hierbij het werkblad in.
🕒 30 min



Zonnehuis Groep Vlaardingen vroeg haar bewoners/cliënten naar de inzet van vrijwilligers. Kennen ze het verschil tussen de betaalde krachten en de vrijwilligers? Ja dat kennen ze. Bij echte zorg, zoals gezondheidsklachten, medicijngebruik, vragen ze een professional. Voor andere zaken, zoals hulp bij activiteiten, het ontbijt of een praatje, vragen ze de vrijwilliger. Die laatste heeft veelal meer tijd en dat wordt erg gewaardeerd. Andere zaken die bewoners/cliënten noemden zijn:

- Waardevol dat men zich vrijwillig inzet voor mij,
- Vrijwilligers hebben meer aandacht,
- Vrijwilligers laten mij in mijn waarde,
- Vrijwilligers geven mij het gevoel dat ik ertoe doe.



Bedank ook de mensen die de interviews hebben afgenomen die niet aanwezig kunnen zijn en koppel de uitkomsten terug.

C

Waarde voor de organisatie

Door deze oefening sta je stil bij de waarde van het werken met vrijwilligers voor de organisatie. Hoe dragen vrijwilligers bij aan het realiseren van het doel van de organisatie? Denk aan de elementen die bij de cliënten/deelnemers naar voren zijn gekomen: tijd, aandacht, gelijkwaardigheid, etc. Hoe gebruik je dit in je presentatie naar de buitenwereld?

Doel

Inzichtelijk maken of de waarden die vrijwilligers en cliënten ervaren, aansluiten op de identiteit van de organisatie en hoe je dit naar buiten toe presenteert.

🕒 30 min

📄 Werkblad Maatschappelijke waarde op vier niveaus 'Waarde voor de organisatie'

Post-its

Flip Over

Stiften

Stap 1

Bijeenkomst kerngroep

Organiseer een bijeenkomst met de kerngroep. Zij zijn als het goed is een goede afspiegeling van je organisatie.



Als je externen bij Halte 3 oefening C en D uitnodigt is het wellicht handig deze twee stappen gezamenlijk te uit te voeren. Kijk dan of het handig is om oefening D direct achter deze oefening aan te doen.

Stap 2

Waarden

1. Schrijf, ter voorbereiding op deze stap, op wat de uitkomst van oefening A en B (van Halte 3) was op een Flip-over vel. Hierop staan nu de waarde van vrijwillige inzet voor de vrijwilligers zelf en wat hun bijdrage oplevert bij de cliënten/profijtgroep. Je kunt hierbij eventueel de flip-overvellen gebruiken die gemaakt zijn tijdens de oefening en/of de ingevulde werkbladen.

🕒 5 min

2. Bespreek de uitkomsten, ga in gesprek met elkaar aan de hand van de volgende vragen:

- ➔ Wat valt op?
- ➔ Wat zijn de verrassingen, zowel positief als negatief?

🕒 10 min

3. Bespreek met de kerngroep welke waarden het werken met vrijwilligers heeft voor je organisatie en vul de lijst aan met de waarden. Je hebt nu een complete lijst met waarden, vanuit verschillende perspectieven, die je vertelt wat het werken met vrijwilligers oplevert.

🕒 5 min

4. Maak nu een top 5 van belangrijkste waarden voor de organisatie. Vraag iedere deelnemer zijn top 5 voor zichzelf op te schrijven. Vraag de eerste deelnemer zijn/haar waarden op de flip-over te schrijven met een turfje erachter. Vraag de volgende deelnemer het lijstje aan te vullen met waarden die nog niet genoemd zijn en/of een turfje te plaatsen achter een al genoemde waarde. Ga zo door tot alle deelnemers zijn geweest. De waarden met de meeste turfjes komen in de top 5. Bespreek de waarden die eenzelfde aantal turfjes hebben en bepaal met elkaar welke in de top 5 moet komen. Neem de top 5 over op het werkblad.

📄 Vul hierbij het werkblad in.

🕒 10 min



Zonnehuis Groep Vlaardingen ziet het werken met vrijwilligers als een kernwaarde van de organisatie; het is wie ze (willen) zijn. Het draagt bij aan de kwaliteit van de diensten die ze leveren aan bewoners/cliënten én ze kunnen meer bewoners/cliënten helpen. Tegelijkertijd bieden ze een dienst aan, aan de vrijwilligers. Ze creëren een plek waar vrijwilligers zinvol werk kunnen doen en waar zij waardering en goede begeleiding krijgen.

D

Waarde voor de wijk, buurt en gemeente

In deze oefening gebruik je de kennis die je in voorgaande haltes hebt verzameld om jullie meerwaarde voor de wijk of buurt te benoemen. Dit helpt je om je organisatie en/of activiteit beter te profileren naar de buitenwereld waardoor je bijvoorbeeld gemakkelijker financiers kunt aanspreken.

Doel

Concreet je waarde van het werken met vrijwilligers kunnen benoemen aan de buitenwereld.

🕒 45 min

📄 Werkblad Maatschappelijke waarde op vier niveaus 'Waarde voor de buurt/wijk/gemeente'

Post-its

Flip Over

Stiften

Schrijf de uitkomsten van Halte 2, oefening B en C en de uitkomsten van Halte 3, oefening A en B op een flip-over. Zo kunnen de groepjes gemakkelijker de vragen beantwoorden.

Stap 1

Bijeenkomst kerngroep

Organiseer een bijeenkomst met de kerngroep. Je kunt besluiten om dit gesprek met een iets grotere groep te voeren. Mensen van 'binnen' en 'buiten' de organisatie die willen meedenken over welke waarde jullie organisatie heeft voor de buitenwereld en wat de waarde van het werken met vrijwilligers voor hen hierin is.



Indien je mensen van buiten uitnodigt, neem hen dan vooraf eerst even mee in wat je tot nu toe hebt gedaan in de voorgaande haltes.

Stap 2

Waarden

Kijk terug naar Halte 2 oefening B en C (10 min). Daar hebben jullie je (potentiële) samenwerkingspartners in kaart gebracht en benoemd hoe ze jullie organisatie zien en wat ze bij jullie halen (oefening B Sociale kaart). Tevens zijn de ontwikkelingen geschetst die van invloed zijn op jullie activiteiten en/of de doelgroep (oefening C Ontwikkelingen en trends).

Kijk ook naar de waarden die vrijwilligers en cliënten hebben benoemd (Halte 3, oefening A, waarde voor de vrijwilliger zelf en oefening B, waarde voor de cliënt/profitgroep)

1. Verdeel de groep in twee- of drietallen. Je vraagt de groepjes steeds een vraag (5 min per vraag) te beantwoorden. Stel

pas de volgende vraag als de vorige is beantwoord. Als alle vier de vragen zijn beantwoord bespreek je de uitkomsten met elkaar.

🕒 Totale oefening 20 min

- Welke bijdrage leveren jullie door het werken met vrijwilligers aan de geschetste ontwikkelingen?
- Wat draag je bij aan de doelen van de gemeente?
- Wat draag je bij de doelen van andere partners in de wijk/buurt/gemeente?
- Kun je de waarden die vrijwilligers zelf benoemen vertalen naar waarde voor de buurt?

2. Haal hier met elkaar kernwoorden/waarden uit en schrijf ze op een flip over.

🕒 5 min

Stap 3

Kies met elkaar de drie belangrijkste waarden en neem deze over op het werkblad/flip-over.

🕒 10 min

Vraag iedere deelnemer zijn top 3 voor zichzelf op te schrijven. Vraag de eerste deelnemer zijn/haar waarden op de flip-over te schrijven met een turfje erachter. Vraag de volgende deelnemer het lijstje aan te vullen met waarden die nog niet genoemd zijn en/of een turfje te plaatsen achter een al genoemde waarde. Ga zo door tot alle deelnemers zijn geweest. De waarden met de meeste turfjes komen in de top 3. Bespreek de waarden die eenzelfde aantal turfjes hebben en bepaal met elkaar welke in de top 3 moet komen.

📄 Vul hierbij het werkblad in.
🕒 5 min

Schrijf de antwoorden op een flip-over, dat maakt het gesprek concreter. Neem de antwoorden over op het werkblad.

Voorbeelden van waarden voor de buurt/wijk/gemeente zijn:

- wij bieden een plek waar buurtbewoners zinvol bezig kunnen zijn,
- onze vrijwilligers bieden aandacht en tijd aan mensen aanvullend op het zorgaanbod,
- wij zijn een betrouwbare partner voor anderen,
- wij bieden een veilige leerplek waar gelijkwaardigheid een rol speelt.

Zonnehuis Groep Vlaardingen levert door het werken met vrijwilligers in het project Gezond Oud Worden een bijdrage aan:

- vermindering van eenzaamheid door vrijwilligers te koppelen aan bewoners/cliënten,
- meer sociale contacten tussen bewoners/cliënten en vrijwilligers en meer contacten tussen vrijwilligers onderling,
- zinvol werk doen door vrijwilligers.



Halte 4

Kernboodschap en actieplan

In deze halte maak je een actieplan. De acties kies je op basis van de uitkomsten van de vorige haltes. Waar liggen aandachtspunten, waar wil je als organisatie mee aan de slag als het gaat om de meerwaarde van het werken met vrijwilligers? Wat is jullie kernboodschap?

Bij deze laatste halte maken we een vertaalslag naar de uitvoering. Wat is de kernboodschap die jullie uit de opgehaalde informatie halen? Welke acties koppel je aan de uitkomsten van alle gepasseerde haltes?

Doel

Concrete acties formuleren die bijdragen aan een betere profilering van de organisatie over het inzetten van vrijwilligers.

1u 45 min

Werkblad Maatschappelijke waarde op vier niveaus 'kernboodschap en actieplan'

Post-its

Flip Over

Stiften

Stap 1

Bijeenkomst Kerngroep

Organiseer een bijeenkomst met de kerngroep. Houd alle ingevulde werkbladen bij de hand. Schrijf ter voorbereiding de volgende onderdelen op verschillende flip-over vellen en hang deze in de ruimte:

- de doelen van dit traject, (halte 1)
- de antwoorden op de waarom en hoe-vraag uit de Golden Circle, (halte 2, oefening A)
- de waarden van werken met vrijwilligers voor de profijtgroep, (halte 3, oefening B)
- de waarden werken met vrijwilligers voor de organisatie, (halte 3, oefening C)
- de drie belangrijkste waarden voor de omgeving. (halte 3 oefening D)

Stap 2

Formuleren kernboodschap

1. Neem even de tijd om alle flip-over vellen door te lopen, dit is de oogst van jullie gelopen route!
2. Bespreek nu wat de kernboodschap is die je wilt verspreiden: wat is de toegevoegde waarde van het werken met vrijwilligers? Wat moeten de mensen binnen en buiten jullie organisatie van jullie weten?

Om deze boodschap goed te formuleren kun je elk woord van een mogelijke kernboodschap apart op een grote post-it schrijven of bijvoorbeeld een A-5 velletje dat je met plakband op de wand plakt. Zo kun je met elkaar per woord sleutelen aan de boodschap.

Vul hierbij het werkblad in.

15 min

Zonnehuis Groep Vlaardingen kan niet zonder vrijwilligers. Zij zorgen door hun aandacht, extra tijd en gelijkwaardigheid dat onze bewoners/cliënten zich meer thuis en minder patiënt voelen. Met de hulp en aandacht die vrijwilligers bieden, ontlasten zij naaste familieleden en voelen bewoners/cliënten zich minder eenzaam. Dit draagt bij aan levensgeluk van zowel de bewoners/cliënten als de vrijwilligers. Deze laatste ervaren hun waardevolle bijdrage in de maatschappij.

Stap 3

Communicatiemiddelen kernboodschap

De volgende stap is na te denken over ideeën die er zijn om de waarden/kernboodschap intern en extern te verspreiden:

1. Iedereen schrijft nu voor zichzelf de ideeën op die er zijn om de waarden en/of de kernboodschap beter over het voetlicht te brengen en te benutten in de presentatie naar buiten (dit zijn ook je interne klanten). Denk aan de communicatie uitingen als folders, nieuwsbrieven en social mediaberichten, bijeenkomsten, ambassadeurs, filmpjes, maar ook (marketing) acties. Denk hierbij aan de verschillende doelgroepen. Het is een brainstorm, dus elk idee (hoe gek het voor jou ook klinkt) is goed. Schrijf elk idee op een aparte post-it.

5 min

2. Plak de ideeën op een flip-over vel. Cluster ideeën die op elkaar lijken of overlappen. Ga niet met elkaar in discussie, stel alleen verhelderende vragen, zoals, hoe zie je dat voor je? Wat kunnen we (wel) uitvoeren van jouw idee met de (beperkte) middelen die we hebben?

5 min

3. Bespreek met elkaar de (geclusterde) ideeën.
 - ➔ wat vinden jullie van het ideeën?
 - ➔ wat van dit idee is haalbaar?
 - ➔ wie wil hiermee aan de slag?
 - ➔ welke afspraken kunnen we hierover maken? Maak als de tijd er is een voorstel met doel, acties en planning.

4. Leg de afspraken vast en kijk nog even naar de doelen van het werkplan op Halte 1. Geef prioriteiten aan wat als eerste moet gebeuren.

Vul hierbij het werkblad in.

Stap 4

Samenwerken met de omgeving

1. Neem het werkblad Sociale Kaart (Halte 2, oefening B) erbij en bespreek de vraag of jullie met de juiste partners (samenwerkingspartners, gemeente, financiers) samenwerken. Sluit dat aan bij de geformuleerde boodschap en wie we willen zijn?
2. Met welke partijen willen we meer contact of samenwerking? Wat gaat dit ons opleveren?
3. Welke actie(s) kunnen we (verder nog) ondernemen om deze contacten te versterken. Kijk naar de actiepunten die we op tot nu toe op het werkblad Sociale kaart (Halte 2, oefening B stap 4) hebben geformuleerd en vul aan!

Vul hierbij het werkblad in.



15 min

Stap 5

Samenwerking Vrijwilligers

Bij halte 2 oefening A formuleerde je wie je als organisatie wilt zijn en welke waarden in het werken met vrijwilligers belangrijk zijn. Bij halte 3 oefening A onderzocht je welke waarden in het doen van vrijwilligerswerk belangrijk zijn voor de vrijwilligers. Nu kijk je of deze uitkomsten overeenkomen of dat je zaken moet aanpassen.

1. Pak het doel van het werkblad van Halte 1 er nog eens bij (Benoem het doel wat de meerwaarde is van het werken met vrijwilligers). Neem de uitkomsten van Halte 2 oefening A (wie we zijn) er ook eens bij. En pak van Halte 3 oefening A (De meerwaarde van de vrijwilliger) de uitkomsten er bij.
2. Als je deze uitkomsten bekijkt, doe je dan momenteel de juiste dingen in de samenwerking met de vrijwilligers? En doe je de juiste dingen ter waardering van hun inzet?
3. Zijn er zaken die je wilt versterken? Of andere die je wilt loslaten? Benoem zo concreet mogelijk de ideeën.



 Vul hierbij het werkblad in.
 15 min

Stap 6

Afronding

Rond hiermee het traject af, voor nu. Bespreek hoe je de afgesproken acties opvolgt. Zo worden de uitkomsten uit de tool MeerWaarde Vrijwillige Inzet werkelijkheid. Plan daarom in elk geval de volgende acties:

- Bespreek hoe je de vrijwilligers en betaalde krachten uit je organisatie verder op de hoogte brengt van het traject Routekaart MeerWaarde Vrijwillige Inzet. Wat hebben jullie gedaan, wat zijn de afspraken en wat zullen zij er van merken? Wie doet wat?
- Een bijeenkomst ter evaluatie van de Routekaart, hierin bespreek je wat de uitgevoerde acties tot nu toe opleveren.
- Eén of enkele bijeenkomsten om met elkaar te bespreken in hoeverre de afspraken en acties zijn gevorderd, wat er eventueel bijgesteld moet worden en waar jullie elkaar kunnen helpen. Probeer deze afspraak op een termijn van ongeveer zes weken te plannen, anders raakt de vaart eruit.

 Vul hierbij het werkblad in
 15 min

Zonnehuis Groep Vlaardingen was zich al wel bewust van de grote waarde die vrijwilligers voor hen en de bewoners/cliënten hebben. Zo is er naast het Vrijwilligerscafé ook een boekje voor vrijwilligers, met hierin meer informatie over de organisatie en tips voor omgaan met bewoners. Door het volgen van de Routekaart is Zonnehuis Groep Vlaardingen zich nóg bewuster geworden van de toegevoegde waarde van vrijwilligers op de verschillende niveaus. Zij beseffen dat zij deze toegevoegde waarde nog explicieter en vaker nog naar voren mogen brengen in hun communicatie. Niet alleen naar de vrijwilligers zelf, maar ook naar (nieuwe) afdelingen, betaalde medewerkers en samenwerkingspartners. Hiermee kunnen ze laten zien dat ze een unieke waarde vertegenwoordigen in de Vlaardingse samenleving, waarmee ze zich onderscheiden van andere organisaties.

Afsluitend

Evaluatie & follow up

Ter afsluiting is het goed met elkaar het traject te evalueren, plan daarom een moment later in de tijd om met elkaar te kijken wat het voor de organisatie en de vrijwilligers heeft opgeleverd.

 60 min

 Werkblad 'Afsluitend'

Flip Over

Stiften

Stap 1


Bijeenkomst Kerngroep

Nodig voor deze evaluatie de kerngroep en een aantal van de betrokken vrijwilligers uit die bij de bijeenkomst op halte 3 (oefening C en D) aanwezig waren.

Stap 2

Evalueren en Vervolgen

Evalueer het gelopen traject Routekaart aan de hand van de volgende vragen. Neem voor elk onderdeel maximaal 20 minuten:

1. Hoe vonden jullie het om de Routekaart te lopen? Hoe heeft iedereen het ervaren? Hierbij kun je gebruik maken van associatiekaarten. Met de bovengenoemde vragen in gedachten kiest iedereen een kaart en vertelt waarom hij/zij dit beeld heeft gekozen.
2. Wat heeft het traject opgeleverd? Laat deelnemers kort voor zichzelf opschrijven en doe dan een rondje. Schrijf alle punten op een flip-over.
3. Wat vonden jullie positief en wat waren minder goede elementen? Laat deelnemers kort voor zichzelf opschrijven en doe dan een rondje. Schrijf alle punten op een flip-over.
4. Hebben de vrijwilligers nog aanbevelingen? Hoe zou het beter kunnen?
 Vul hierbij het werkblad in
5. Welke actiepunten volgen hieruit?
 Vul hierbij het werkblad in

Bedank iedereen voor de bijdrage aan het traject en de evaluatie. Maak een kort verslagje en gebruik de uitkomsten van de evaluatie wanneer je de organisatie van het traject op de hoogte brengt.

Nawoord

Gefeliciteerd, je bent op de plaats van bestemming! Je hebt, met het gebruik van de Meerwaarde Tool, meer inzicht gekregen in de waarde van het werken met jullie vrijwilligers.

Zijn er nog vragen over het werken met de tool? Of wil je meer weten over het werken met vrijwilligers? Neem dan contact op met KLiK Vrijwilligers Vlaardingen. Onze consulenten gaan graag met je in gesprek om je verder te helpen. Je kunt ons bereiken via:

 010 248 4000
 klik@vlaardingen.nl
 www.klikvrijwilligers.nl

KLiK Vrijwilligers Vlaardingen is een onderdeel van de gemeente Vlaardingen.

Vrijwillige Inzet Vlaardingen

Werkbladen

Halte 1

Routekaart MeerWaarde vrijwillige inzet

Stap 1

Wat willen we bereiken met deze MeerWaarde tool?
(zo concreet mogelijk formuleren)

Voorbeelden zijn

- Dat onze vrijwilligers zich beter realiseren wat het vrijwilligerswerk voor hen persoonlijk betekent, zo dragen we bij aan het groepsgevoel
- Om onze vrijwilligers beter te kunnen waarderen. Als wij als organisatie weten wat onze vrijwilligers 'er uit halen' kunnen wij beter op maat faciliteren /coachen
- Voor de profilering zodat we beter het verhaal over wat we doen en waarom kunnen vertellen
- Om onze organisatie beter te kunnen positioneren om financiën aan te vragen voor project X

Waar moeten we rekening mee houden gedurende het traject?

Wanneer?

Lined writing area for the 'Wanneer?' section.

Wat?

Uitkomsten Halte 2: je organisatie in beeld

Lined writing area for 'Uitkomsten Halte 2'.

Hoe houden we de organisatie op de hoogte?

Lined writing area for 'Hoe houden we de organisatie op de hoogte?'.

Uitkomsten Halte 3: maatschappelijke waarde op vier niveaus

Lined writing area for 'Uitkomsten Halte 3'.

Uitkomsten Halte 4: kernboodschap en actieplan

Lined writing area for 'Uitkomsten Halte 4'.

Hoe houden we de organisatie op de hoogte?

Lined writing area for 'Hoe houden we de organisatie op de hoogte?'.

Evaluatie

Lined writing area for 'Evaluatie'.

Wie is verantwoordelijk voor de actie?

Lined writing area for 'Wie is verantwoordelijk voor de actie?'.



Halte 2

A: Dit zijn wij

Je organisatie in beeld

Stap 1

Doel - Je bewust zijn van wie je bent als organisatie.

Waarom doe je wat je doet?

Hulpvragen:

- Waar sta je voor, wat wil je bereiken?

- Aan welk maatschappelijk vraagstuk draag je iets bij?

- Wat maakt dat je je hiervoor wil inzetten?

Hoe werk je, wat is je aanpak?

→ Wat maakt dat je met vrijwilligers werkt?

Hulpvragen:

- Voor wie werk je? (doelgroep)

- Met wie werk je en waarom? (vrijwilligers en samenwerkingspartners)

- Wat bieden onze vrijwilligers meer/anders dan betaalde krachten?

- Wat onderscheidt ons van andere organisaties?

Wat doe je, wat zijn je activiteiten?

Hulpvraag: Onze activiteiten zijn...
(We organiseren ontmoeting, verbinding, etc.
Dit doen we door..)

Stap 2

Wat levert het op om op deze manier naar je organisatie en je drijfveren te kijken?

B: Sociale Kaart

Doel - Verstevigen van je positie in je werkgebied en je omgeving in kaart brengen.

Stap 1



Vul in onderstaande figuur je huidige samenwerkingspartners in.

Stel bij elke partner de vragen:

Hoe belangrijk is deze partner voor je?

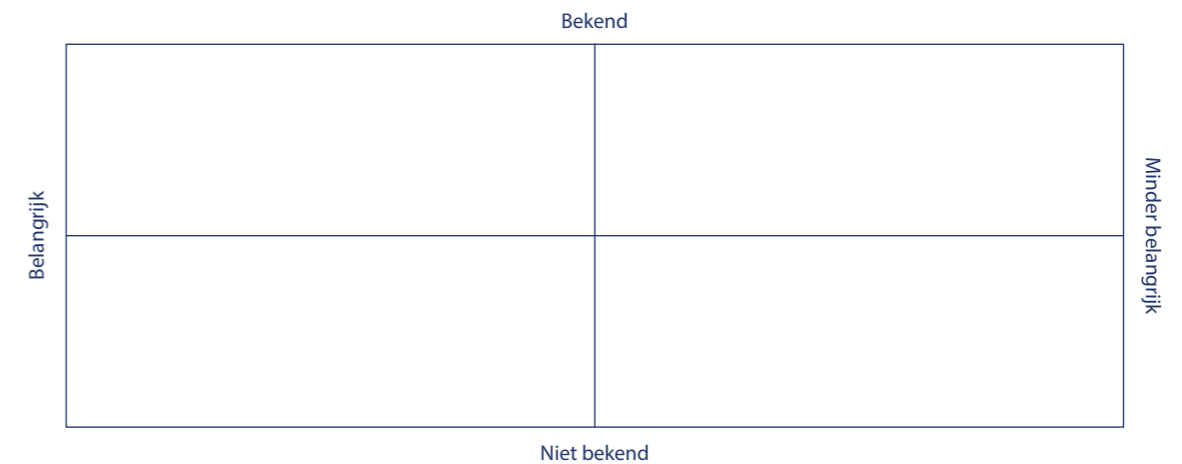
En plaats ze op de as belangrijk/ minder belangrijk

Hoe bekend zijn wij bij deze partner?

Plaats de partner op de as bekend/ niet bekend

Doe hetzelfde voor je potentiële samenwerkingspartners.

Een handige manier is om elke partner op een post-it te zetten en op een flip-over vel te plakken waarop je de assen hebt getekend. Sta niet te lang stil bij elke partner, maar houd de vaart er lekker in. Gebruik twee kleuren post-its voor de huidige en potentiële partners, hierdoor maak je direct zichtbaar onderscheid



Stap 2

Hoe kijken de belangrijke partners naar je organisatie?

Hulpvragen:

- Wat vinden zij (belangrijke partners) prettig aan je organisatie?

C: Ontwikkelingen en trends

Doel - inzichtelijk krijgen waardoor je als organisatie wordt beïnvloed en waarop je zelf invloed hebt. En zicht krijgen op (nieuwe) kansen.

Stap 1

Benoem de ontwikkelingen en trends die (mogelijk) van invloed zijn op je organisatie.

Stap 2

Benoem wat je, vanuit vrijwillige inzet, bijdraagt of kan bijdragen aan bovengenoemde trends en ontwikkelingen in jouw wijk, buurt, gemeente.

- Wat zouden zij anders van je willen zien?

- Wat is het belang van de ander om met jou te werken, wat halen ze bij jou?

Stap 4

Actiepunten:

Halte 4

Kernboodschap en actieplan

Stap 2

Onze kernboodschap over de toegevoegde waarde van het werken met vrijwilligers, is:

Stap 3

Afspraken om de waarden/kernboodschap intern en extern te verspreiden.

Idee	Initiatiefnemer	Afspraak/planning
1.	<hr/>	<hr/>
	<hr/>	<hr/>
2.	<hr/>	<hr/>
	<hr/>	<hr/>

Stap 4

Afspraken samenwerking met de omgeving

Idee	Initiatiefnemer	Afspraak/planning
1.	<hr/>	<hr/>
	<hr/>	<hr/>
2.	<hr/>	<hr/>
	<hr/>	<hr/>

Stap 5

Afspraken samenwerking vrijwilligers

Idee	Initiatiefnemer	Afspraak/planning
1.	<hr/>	<hr/>
	<hr/>	<hr/>
2.	<hr/>	<hr/>
	<hr/>	<hr/>

Stap 6

Afronding en opvolging

Acties	Initiatiefnemer	Afspraak/planning
1. Communicatie intern over stand van zaken	<hr/>	<hr/>
	<hr/>	<hr/>
2. Evaluatie bijeenkomst	<hr/>	<hr/>
	<hr/>	<hr/>
3. Bijeenkomst stand van zaken	<hr/>	<hr/>
	<hr/>	<hr/>



Afsluitend

Stap 2 Aanbevelingen vrijwilligers

Beschrijf hier de aanbevelingen die de vrijwilligers hebben.

Stap 2 Actiepunten

Beschrijf de actiepunten die er zijn.





MeerWaarde Tool

*Vergroot de zichtbaarheid van
je maatschappelijke waarde*



Vrijwilligers
Vlaardingen

