

Vrijwilligers, die wil je erbij hebben

Vrijwilligers betrekken

bij

**maatschappelijk
betrokken
ondernemen:
vrijwilligers en
bedrijfsleven**



Commissie
Vrijwilligersbeleid

Vrijwilligers betrekken bij maatschappelijk betrokken ondernemen

Vrijwilligerswerk speelt een belangrijke rol in de lokale gemeenschap en veel gemeenten hebben de laatste jaren een vrijwilligerswerkbeleid ontwikkeld. Voor veel ambtenaren binnen andere sectoren is het lastig zicht te krijgen op de rol en betekenis van vrijwilligers bij het realiseren van beleidsdoelen op hun eigen beleidsterrein. Die betekenis is in veel gevallen groot, en zou nog groter kunnen zijn wanneer vrijwilligers ook in sectoraal beleid meer aandacht krijgen. Sterker nog: zonder vrijwilligers zou het praktisch en financieel onmogelijk zijn om bepaalde gemeentelijke doelen te realiseren. Met de brochurereeks *Vrijwilligers, die wil je erbij hebben* wil de Commissie Vrijwilligersbeleid het belang en de rol van vrijwilligerswerk zichtbaar maken en de gedachteontwikkeling hierover stimuleren.

Opzet van de brochurereeks

De brochurereeks *Vrijwilligers, die wil je erbij hebben* bestaat uit zes delen: een strategiebrochure en vijf afzonderlijke brochures, die betrekking hebben op de sectoren:

- leefbaarheid en veiligheid
- vrije tijd (sport, kunst en cultuur en natuur en milieu)
- onderwijs
- gezondheidszorg en hulpverlening
- maatschappelijk verantwoord ondernemen

Er is gekozen voor losse brochures. Zo is het voor betrokkenen in de betreffende sectoren makkelijk de voor hun relevante informatie te verkrijgen. Logischerwijs kijkt de sectorambtenaar eerst naar de brochure die betrekking heeft op zijn of haar eigen werkterrein. Zo is het ook bedoeld, maar het kan ook inspirerend zijn eens over de schutting te kijken. Soms bieden voorbeelden uit andere sectoren veel inspiratie bij het kijken naar de rol van vrijwilligers in de eigen sector.

Hoe kunt u de brochures gebruiken?

U kunt deze publicatie op drie verschillende manieren gebruiken:

- 1 Als middel om collega's in diverse sectoren te overtuigen van het belang en nut van vrijwilligers voor hun dagelijks werk.
- 2 Als zoeklicht voor de betekenis van vrijwilligers voor het eigen beleid.
- 3 Als inspiratiebron voor het vergroten van de rol van vrijwilligers.

Elke brochure volgens een vast stramien

Per sector wordt steeds een aantal beleidsdoelen benoemd. Vervolgens wordt voor die beleidsdoelstellingen aangegeven op welke manier vrijwilligers een rol (kunnen) spelen bij het realiseren daarvan. Dit wordt in de meeste gevallen geïllustreerd met opvallende voorbeelden. De voorbeeldbeschrijvingen zijn kort gehouden: achterin elke brochure vindt u de contactgegevens van de besproken voorbeelden.

Rol gemeente in diverse voorbeelden

De gemeente speelt een belangrijke rol bij het stimuleren van de inzet van vrijwilligers. Om die inzet effectief te laten zijn moet de manier waarop vrijwilligers worden 'ingezet' passen in de visie van de gemeente. Daarbij gaat het om de algemene brede visie op beleidsvoering en om de specifieke visie op vrijwilligerswerkbeleid. Omdat de in deze brochures aangehaalde voorbeelden ook allemaal voortkomen uit een eigen gemeentelijke context zult u ze moeten 'vertalen' naar de situatie in uw eigen gemeente.

De gemeente speelt een belangrijke rol in het stimuleren van vrijwillige inzet. Heel veel waardevolle vrijwilligersprojecten komen nog altijd voort uit particulier initiatief; soms van grote organisaties of bedrijven, vaak van groepjes actieve bewoners, sportverenigingen, kerken etc. Een gemeente moet er niet naar willen streven bestaande succesvolle projecten 'over te nemen' of zelf veel nieuwe projecten op te starten – er zijn immers anderen die dat vanuit hun positie midden in het veld beter kunnen. Wel kan de gemeente een waardevolle bijdrage leveren door bestaande initiatieven op te merken, te ondersteunen, te laten groeien en bloeien en te waarderen om de bijdrage die deze leveren aan het realiseren van de eigen maatschappelijke doelstellingen van de gemeente. Daarmee wordt weer aangesloten bij de traditie van lokaal sociaal beleid: 'sturen op doelen, faciliteren op instrumenten'.

Vrijwilligerswerk en bedrijfsleven

Vrijwilligersorganisaties kunnen het vaak niet alleen af. De overheid en steeds vaker het bedrijfsleven springen dan bij. De afgelopen jaren is er steeds meer aandacht gekomen voor partnerschappen. In de praktijk verschijnen die in verschillende vormen. De gemeente kan een belangrijke rol spelen bij het totstandkomen van deze samenwerking, door partijen bij elkaar te brengen en de samenwerking te faciliteren, of als partner erbij.

Het volgende schema geeft aan op welke manier bedrijven en vrijwilligersorganisaties hun relatie kunnen vormgeven. Dit stelt de gemeente en andere 'makelaars' in staat hun eigen rol te bepalen en biedt hen een leidraad voor het samenbrengen van verschillende partijen.

	Filantropisch	Transactioneel	Integratief
Munten			
Middelen			
Mensen			
Massa			
Media			
Welke partners wel/niet? Zwarte lijst	Voorwaarden	Voorwaarden	Voorwaarden

Bron: Meijs en Van der Voort, 2003.

In de linkerkolom staan de bronnen die de partners kunnen inbrengen om elkaar binnen het partnerschap te helpen: de vijf M's. *Munten* staat voor geld, *middelen* voor faciliteiten, kantoorbenodigdheden etc. *Mensen* verwijst naar vrijwilligerswerk door werknemers en massa naar het 'gewicht' dat een partner in de schaal kan leggen in de vorm van reputatie, netwerken en lobbyactiviteiten. *Media* tenslotte duidt op het vermogen de missie van de twee partners en het partnerschap onder de aandacht te brengen, zowel intern als extern.

De bovenste rij geeft drie verschillende soorten samenwerkingsrelaties weer, die ook wel worden beschreven als drie stadia in een continuüm:

Filantropisch: Een bedrijf doneert munten of middelen aan een vrijwilligersorganisatie zonder daar een tegenprestatie voor te verwachten. De relatie beperkt zich tot deze overdracht.

Transactioneel: Beide partijen investeren en hebben eigen doelen en profiteren van daaruit van de samenwerking. De afspraken die men maakt zijn dan ook gebaseerd op wederzijds profijt; men streeft naar een win-winsituatie.

Integratief: De twee partijen hebben gezamenlijke doelen, gezamenlijk beleid en een gedeelde missie. De samenwerking is duurzaam en strategisch van aard.

Het invullen van (een deel van) deze tabel helpt bij het beantwoorden van de vraag met welke partners men wel en met welke men niet tot een samenwerking wil komen. De onderste rij benadrukt dat beide partijen over deze vraag moeten nadenken. In de 'zwarte lijst' kunnen bedrijven en organisaties worden opgenomen waarmee samenwerking op voorhand wordt uitgesloten, bijvoorbeeld omdat een bedrijf gebruik maakt van kinderarbeid of een product verkoopt waaraan een vrijwilligersorganisatie haar naam in geen geval wil verbinden.

Er zijn verschillende voorbeelden van samenwerking tussen bedrijven en vrijwilligersorganisaties. Hier gaan we uit van een praktische, lokale uitwerking van maatschappelijk betrokken ondernemen. Deze term verwijst naar een betrokken houding van een bedrijf, niet noodzakelijk verbonden aan de kernactiviteiten van het bedrijf. De term is een specificering van het containerbegrip maatschappelijk verantwoord ondernemen, dat in z'n algemeenheid verwijst naar ondernemingen die, in allerlei mogelijke opzichten, hun maatschappelijke verantwoordelijkheid nemen.

De brochure heeft tot doel u daarbij een aantal mogelijkheden voor te houden, u een beeld te laten vormen welke vormen van partnerschappen in uw gemeente het meest passend zijn en u informatie te bieden over de mogelijkheden die de gemeente heeft de partnerschappen te stimuleren en te faciliteren.

Samenleving & Bedrijf

Om maatschappelijk bewust ondernemen te stimuleren is in 2000 Samenleving & Bedrijf opgericht – een landelijk netwerk van bedrijven die maatschappelijk betrokken ondernemen bevorderen. Het netwerk verbindt bedrijven door uitwisseling van kennis en ervaring in programma's. Er is een website (www.samen.nl), bedoeld voor bedrijven, (lokale) overheden, maatschappelijke organisaties, intermediairs en alle personen die geïnteresseerd zijn in maatschappelijk betrokken ondernemen. Op de site is onder meer een overzicht van praktijkvoorbeelden te vinden.

Ook brengt Samenleving & Bedrijf het doen van vrijwilligerswerk door werknemers onder de aandacht. Zo worden jaarlijks het Nationale OndernemersCompliment en het Lokale OndernemersCompliment uitgereikt aan de beste initiatieven op het gebied van werknemersvrijwilligerswerk.

In relatie tot het grote stedenbeleid heeft Samenleving & Bedrijf het programma 'Steeds Beter' ontwikkeld. 'Steeds Beter' is een advies aan gemeentebesturen van (grote) steden, waarin op basis van de ervaringen tot nu toe wordt ingegaan op succes- en faalfactoren van maatschappelijk betrokken ondernemen. Onderdeel van het programma zijn regionale workshops die een impuls geven aan het opzetten van projecten en regionale netwerken.

Een actuele bron van informatie tenslotte, is het magazine P+, het tijdschrift over maatschappelijk ondernemen, opgericht in september 2002 door de SNS Reaal Groep, het Ministerie van Buitenlandse Zaken en Ontwikkelingssamenwerking, de FNV en de PGGM. Later dat jaar heeft ook Samenleving & Bedrijf zich bij deze groep aangesloten. Naast achtergronden en analyses laat het blad de Best Practices zien op het gebied van maatschappelijk ondernemen. Het blad is tweetalig, Nederlands en Engels.

De inzet van bedrijven in het kader van maatschappelijk betrokken ondernemen neemt de laatste jaren vastere vormen aan en wordt steeds beter gefaciliteerd door directies. Daarmee krijgt het een vaste plaats binnen de bedrijfsstructuur. Dat kan worden opgemaakt uit bijvoorbeeld de oprichting van de Fortis Foundation en Shell Cares. Samenleving en Bedrijf geeft aan dat 49% van de bedrijven met minder dan tien werknemers zich bezighoudt met maatschappelijke activiteiten. Voor middelgrote bedrijven ligt dit percentage op 74%, en van het grootbedrijf verricht 82% activiteiten in dit kader. Vooral op gemeentelijk niveau zijn succesvolle allianties te verwachten; het Kabinet en de SER geven aan dat het rendement van maatschappelijk betrokken ondernemen vooral op lokaal niveau kan worden gerealiseerd (zie onder ander het SER-advies De winst van waarden, waarin uitgebreid wordt stilgestaan bij de waarde van maatschappelijk betrokken ondernemen en de rol daarbij van allerlei betrokken partijen).

Ondanks het belang en de kansen op lokaal niveau zijn gemeenten echter nog zelden initiator. Uit onderzoek blijkt dat het vooral de bedrijven zijn die samenwerkingsprojecten initiëren. Slechts bij 1 op de 10 projecten doet een gemeente dit. Hier ligt dus nog veel ruimte voor gemeenten om zichzelf een actievere rol aan te meten. De VNG-publicatie (*Samenwerken aan Meerwaarde 2002*) onderschrijft dit en legt het accent op de 'winst' die gemeenten kunnen behalen met maatschappelijk betrokken ondernemen. Een gedeeld belang van de moderne onderneming en de gemeente ligt op het vlak van de gerichtheid op mens, milieu en maatschappij. De toegevoegde waarde in de vorm van inzet van kapitaal en menselijk kapitaal vanuit het (lokale) bedrijfsleven bevordert de slagkracht van een gemeente en kan leiden tot resultaten dichtbij huis, die snel zichtbaar worden voor de lokale samenleving.

Op een groot aantal terreinen kunnen gemeenten en bedrijven elkaar aanvullen. Daarbij moet vooral gedacht worden aan mens- en milieugerichte activiteiten. Het advies van de VNG luidt: begin en leer gaandeweg wat de toegevoegde waarde is voor de gemeente en het bedrijf. Een te lange aanloop of een te ambtelijke benadering om alles eerst 'in te bedden' kan het enthousiasme voor de uitvoering van projecten in de weg staan.

Voor gemeenten is het prettig dat zij niet de enige probleemeigenaar van maatschappelijke vraagstukken zijn. Want ook bedrijven nemen – uit intrinsieke betrokkenheid en/of onder druk van de publieke opinie en de eigen werknemers – steeds meer verantwoordelijkheid. Zo is het rendement voor de lokale overheid en maatschappelijke organisaties vooral dat ze meer en betere diensten kunnen leveren. Daarnaast kan het voor gemeenten plezierig zijn dat de concrete en actiegerichte werkwijze van veel bedrijven hen concreet helpt bij het realiseren van activiteiten.

Als de gemeente het perspectief van de bedrijven kent, kan de gemeente beter bepalen wat de raakvlakken zijn. Zij kan maatschappelijke problemen en vraagstukken dan als passend onderwerp inbrengen.

Ook bedrijven hebben belang bij maatschappelijk betrokken ondernemen. Zo kan het de reputatie, het imago, de producten en/of het merk van een bedrijf versterken; 80% van de consumenten vindt het van belang dat bedrijven blijf geven van hun maatschappelijke verantwoordelijkheid (Ondernemerschapsmonitor 2000-2001, Ministerie van Economische Zaken). Heeft een bedrijf het belang van maatschappelijk betrokken ondernemen onderkend, dan kan een (duurzame) samenwerking

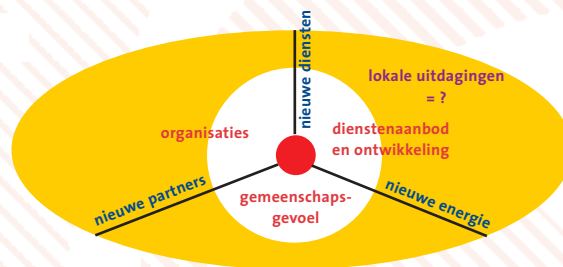
met een vrijwilligersorganisatie veel profijt bieden. Deze organisaties kunnen maatschappelijke vraagstukken in 'hapklare brokjes' aanbieden aan bedrijven en bieden een infrastructuur waarbinnen bedrijven hun maatschappelijke bijdrage kunnen leveren.

Het ultieme, gezamenlijke doel van maatschappelijk betrokken ondernemen is natuurlijk dat de lokale samenleving er beter van wordt. Het is juist die centrale, gedeelde doelstelling voor de lokale samenleving die heeft geleid tot de ontwikkeling van de impactagenda, een praktische invulling van maatschappelijk betrokken ondernemen, die hieronder beschreven zal worden (zie ook brochure *Impactagenda, partners in de lokale samenleving*, Commissie Vrijwilligersbeid, september 2004).

De praktische route naar Maatschappelijk Betrokken Ondernemen

Centraal bij de impactagenda staat het formuleren van enkele 'lokale uitdagingen' waarop de handen uit de mouwen komen en ineens worden geslagen! De impactagenda werkt daarom stapsgewijs vanuit impact (wat willen we concreet veranderen in onze lokale samenleving) naar de daarvoor noodzakelijke input. De eerste stap is het gezamenlijk bepalen van de lokale uitdagingen door deelnemers van (lokaal) bedrijfsleven, maatschappelijke organisaties en overheid. Vervolgens wordt bekeken welke nieuwe of andere diensten nodig zijn om de lokale uitdagingen aan te gaan. Daarvoor moeten waarschijnlijk organisaties veranderen, zijn nieuwe partnerschappen noodzakelijk en is 'nieuwe' energie nodig in de vorm van mensen, munten en middelen. Die nieuwe energie kan komen van bedrijven maar ook van scholen met bijvoorbeeld maatschappelijke stages.

Lokale aanpak



Er zijn verschillende manieren waarop samenwerking tussen bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties tot stand kan komen. De impactagenda is er daar één van. In veel gemeenten heeft de vrijwilligerscentrale Maatschappelijk Betrokken Ondernemen tot één van de speerpunten gemaakt. Zij zijn zelf vaak actief bezig met het benaderen van bedrijven. De website www.vrijwilligersplein.nl biedt mogelijkheden voor het verkrijgen van informatie over samenwerkingsprojecten op allerlei terreinen en in diverse vormen.

Lokale makelaars, onder andere te vinden op www.betrokken.nu, kunnen een bedrijf helpen bij een inventarisatie van leuke en zinvolle projecten. De makelaars richten zich op projecten die voor de maatschappelijke organisaties en voor de bedrijven meerwaarde hebben. De lokale makelaar kan ook digitaal geconsulteerd worden. De site is een initiatief van CIVIQ, instituut voor vrijwillige inzet. CIVIQ stimuleert met haar programma Maatschap in Betrokkenheid (MIB) structurele samenwerking tussen bedrijven en maatschappelijke organisaties. Informatie op: www.civiq.nl.

Succesvol samenwerken

Binnen het maatschappelijk betrokken ondernemen zijn drie typen initiatieven te onderscheiden:

- gemeentebrede projecten;
- langdurige initiatieven van bedrijven;
- éénmalige initiatieven van bedrijven.

Gemeentebrede projecten

Sommige gemeenten kiezen voor een coördinerende rol tussen bedrijven en maatschappelijke organisaties en willen fungeren als initiator of stimulator van dergelijke initiatieven. Voor de gemeente is dit prettig, omdat veel van de projecten dan goed inpasbaar zijn binnen het lokaal sociaal beleid. Ondanks de toenemende aandacht is het nog steeds maar een relatief klein deel van de gemeenten dat daadwerkelijk kiest voor een actieve rol.

*In de **Arnhemse Uitdaging** zijn mensen vertegenwoordigd uit het bedrijfsleven, maatschappelijke instellingen en de gemeente Arnhem. Omdat het gaat om de relatie tussen bedrijven en hun directe omgeving, wordt er gewerkt in drie deelgebieden in Arnhem. Elk gebied kent een zogenaemde Tafelgroep met vertegenwoordigers van het bedrijfsleven in dat gebied. Er is een Klankbordgroep en een Comité van Aanbeveling. De deelnemers denken mee in ontwikkelingen en bevelen de Arnhemse Uitdaging aan bij bedrijven.*

*'Arnhem was één van de vijftig Nederlandse gemeenten die vanaf 1995 met steun van het Juliana Welzijn Fonds de formule van **Mooi Zo Goed Zo** in de praktijk bracht: bedrijven warm maken om maatschappelijke projecten te ondersteunen. In 1998 nam dit project de naam Arnhemse Uitdaging aan en ontwikkelde een succesvolle gebiedsgerichte aanpak. Vertegenwoordigers van meer dan dertig Arnhemse bedrijven, het Ondernemers Kontakt en de Kamer van Koophandel zijn inmiddels bij de Arnhemse Uitdaging betrokken'. De kracht van het Mooi zo, Goed zo concept is de koppeling van energie en creativiteit van bewoners aan de expertise en capaciteit van bedrijven en instellingen. Burgers reiken ideeën aan voor de verbetering van hun leef- en werkomgeving. Een projectgroep, bestaande uit het bedrijfsleven, media en maatschappelijke organisaties beoordeelt elk idee op doelstelling en haalbaarheid. Op deze manier kan een project een 'keurmerk' verwerven, een garantie voor het vertrouwen van het lokale bedrijfsleven.*

Bij de Arnhemse Uitdaging gaat het om kleinschalige projecten in wijken die met hulp van bedrijven worden gerealiseerd en ten goede komen aan de leefkwaliteit van het gebied waarin het bedrijf is gevestigd. Daarbij is de kern dat vraag en aanbod aan elkaar gekoppeld worden door mensen van het bedrijfsleven zelf en niet door een extern bemiddelaar.

Het Arnhemse bedrijfsleven, vertegenwoordigd door de bedrijven KPMG en Fortis Bank, de Kamer van Koophandel voor Centraal Gelderland, De Arnhemse Uitdaging en de Vrijwilligerscentrale, nodigen de Arnhemse verenigingen en stichtingen uit voor de zogenaamde Beursvloer. Via een presentatie geven steeds meer bedrijven, maar ook serviceclubs zoals Rotary, Lions, Kiwanis en Junior Kamer, uiting aan hun maatschappelijke betrokkenheid.

Aansluitend op de presentatie wordt de gelegenheid geboden om vragen te bespreken en zaken te doen met de zogenaamde **hoekmannen** van Arnhemse bedrijven, serviceclubs, opleidingen en fondsen. De hoekmannen zijn daarbij geclusterd onder de thema's *geld/financieel beleid, materialen/faciliteiten, juridisch advies, organisatieadvies, menskracht/vrijwilligers, adoptie van projecten*. Vanwege het grote aantal aanmeldingen is er voor de eerste Beursvloer een selectie gemaakt van 200 deelnemers, waaronder 30 vragers en 70 aanbieders.

Aan de Tafelgroepen nemen **jonge honden** deel en **oude rotten**. De jonge honden zijn jonge mensen uit het bedrijfsleven die zich als werknemersvrijwilliger inzetten voor het realiseren van projecten. Zij worden ondersteund door de oude rotten. Dat zijn veelal directeuren van grotere bedrijven, die beschikken over een omvangrijk netwerk aan relaties.

Ruim veertig matches was het resultaat van de eerste Beursvloer, plus nog evenzoveel contacten die nog tot een match zouden kunnen leiden.

De initiators hebben unaniem de toezegging gedaan dit initiatief de komende twee jaar te blijven ondersteunen. Met behulp van de Tijdelijke Stimuleringsregeling Vrijwilligerswerk kan de gemeente Arnhem daarbij de personeelsformatie van de Arnhemse Uitdaging versterken. In de uitbreidingsplannen worden de bestaande Tafelgroepen uitgebreid met een bovenwijkse groep waaraan niet wijkgebonden vragen worden voorgelegd. Ook wordt gewerkt aan het landelijk toepasbaar maken van deze formule. Men wil in de toekomst een centraal punt oprichten waar vraag en aanbod worden gemeld en aan elkaar kunnen worden gekoppeld.

De **Stichting Lokaal Comité Apeldoorn** heeft zich ten doel gesteld het maatschappelijk Ondernemen in Apeldoorn te stimuleren. Dat wil zeggen: concrete initiatieven nemen en projecten opstarten en zorgen voor een infrastructuur waar vragers en aanbieders elkaar kunnen ontmoeten om met de inzet van alle betrokkenen te werken aan de realisatie van maatschappelijke doeleinden.

De stichting werd eind 1999 opgericht op initiatief van enkele ondernemers, het stadsbestuur en bestuurders van maatschappelijke organisaties. Hierdoor werden initiatieven en netwerken bij elkaar gebracht. Op dit moment bestaat het Lokaal Comité uit negen leden. Drie ondernemers, twee leden van het college van B&W

en vier vertegenwoordigers van maatschappelijke organisaties. De organisaties die in het comité vertegenwoordigd zijn, stellen elk hun eigen netwerk beschikbaar.

Op dit moment is het Lokaal Comité betrokken bij 19 projecten. In het kader van het **project onderwijs & bedrijf** is een pilot gestart tussen het ROC Aventus en enkele Apeldoornse bedrijven met als doel onderwijs en arbeidsmarkt beter op elkaar af te stemmen. In het **project arbeidsgehandicapten** krijgen arbeidsgehandicapten nieuwe kansen op betaald werk. De **Partnership projecten** zijn duurzame samenwerkingsverbanden tussen een maatschappelijke organisatie en een bedrijf. Daarbij stelt het bedrijf, onder andere via haar medewerkers, deskundigheid, netwerken en accommodaties ter beschikking. Momenteel lopen er tien partnerships en is er een aantal in voorbereiding. Een voorbeeld hiervan is **Ondernemers helpen besturen van sportverenigingen**.

In Harderwijk biedt de Stichting Welzijn Ouderen oudere bewoners (55+) die in de zomermaanden thuisblijven een zeer gevarieerd zomerprogramma aan. De activiteiten vinden plaats in de maanden juni, juli en augustus. Juist de zomerperiode, zo blijkt uit gemeentelijk onderzoek, is een eenzame tijd voor ouderen. De meeste activiteiten liggen stil en familie en vrienden zijn vaak op vakantie. De dagtochten die men organiseert in het zomerprogramma hebben een bijzonder onderdeel. Er worden bezoeken gebracht aan bedrijven in en buiten Harderwijk. Zo zijn de fietsfabriek Gazelle, verffabriek Talens, een drukkerij en een farmaceutisch bedrijf bezocht. Dit jaar worden er nog zes bedrijven in de binnenstad van Harderwijk bezocht. Deze bedrijfsbezoeken zijn zeer succesvol en worden goed bezocht door oudere mannen, bij uitstek de risicogroep voor sociale eenzaamheid. De fabrieken participeren graag als vrijwilliger en bieden hun diensten gratis aan. Voor de rondleiding vragen zij vaak oud-medewerkers die met de 'vut' zijn.

Het Leeshulpprogramma is ontstaan door een samenwerking tussen het Haags Centrum voor Onderwijsbegeleiding (HCO), de gemeente Den Haag, de gemeente Rotterdam en Community Partnership Consultants (CPC).

Het Leeshulpprogramma verbindt organisaties, profit en non-profit, en basisscholen om de leesvaardigheid van kinderen te verbeteren. Het gaat daarbij veelal om 'kansarme' kinderen, die door hun achtergrond het Nederlands nog minder goed beheersen. Vaak betreft het kinderen van zogenaamde 'zwarte' scholen, waar het grootste deel van allochtone afkomst is en waar ouders vaak niet in staat zijn op school te assisteren als leersmoeder of -vader omdat zij zelf de Nederlandse taal onvoldoende beheersen.

Het programma zet de taalvaardigheid van werknemers van bedrijven en publieke instellingen in om die kinderen te ondersteunen bij hun taalontwikkeling. Goed lezen en begrijpen wat je leest is cruciaal voor de ontwikkeling van kinderen. Met klassikaal lezen is er vaak onvoldoende tijd en aandacht om alle kinderen een steuntje in de rug te geven.

Leeshulpen besteden een keer per week tijdens hun lunchpauze een half uur aan het lezen op een school op loopafstand. Vanuit het bedrijf werkt het goed als een aantal collega's één leesgroepje adopteert voor een periode van bijvoorbeeld acht maanden bij een school om de hoek. In die tijd zie je het plezier en de vaardigheden van de kinderen groeien en ontstaat er een band.

Langdurige initiatieven van bedrijven

De inzet van grote bedrijven is zeer divers van aard. Landelijk komt de betrokkenheid van de Rabobank met het vrijwilligerswerk bijvoorbeeld tot uiting in het langlopende partnership met de NOV (Nederlandse Organisaties Vrijwilligerswerk). In de lokale samenleving levert de Rabobank een bijdrage aan veel projecten.

De KLM kiest er actief voor zich in te zetten voor maatschappelijke organisaties en projecten. In samenwerking met Bedrijf & Samenleving Haarlemmermeer zoekt zij naar een grote diversiteit aan projecten in de regio om de jaarlijkse projectweken in te vullen.

Shell Nederland bindt zich niet aan een bepaalde gemeente of regio, maar maakt de keuze voor landelijke projecten met een maatschappelijke uitstraling voor steeds een driejarige periode.

***De Nieuwe Attitude**, kortweg het DNA project van de Rabobank, verankert maatschappelijk betrokken ondernemen in het bankbedrijf, waardoor de actieve betrokkenheid van medewerkers is gegarandeerd. Werknemersvrijwilligerswerk is voor de Rabobank een vorm van maatschappelijke betrokkenheid. Het programma is ontstaan naar aanleiding van positieve ervaringen in het jubileumjaar 1998, toen in het kader van het 100-jarig bestaan honderden lokale activiteiten georganiseerd zijn in een samenspel tussen medewerkers, klanten en maatschappelijke organisaties.*

Ervaringen van de Rabobank tonen aan dat werknemersvrijwilligerswerk bijdraagt aan teambuilding en een positieve invloed heeft op de motivatie en bedrijfstrots van werknemers. Ook doen zij specifieke vaardigheden en sociale kennis op die voor de bank als werkgever belangrijk zijn. Bovendien is het een interessante mogelijkheid om (lokale) maatschappelijke activiteiten te verbinden met de Rabobank. Natuurlijk profiteren ook maatschappelijke en vrijwilligersorganisaties van het contact met de Rabobank.

Werknemersvrijwilligerswerk levert ze niet alleen de concrete voordelen van inzet en kennis van deze 'gelegenheidsvrijwilligers', maar biedt de organisaties ook de kans om het eigen werk breed te presenteren en het draagvlak hiervoor te vergroten.

Rabobank Budel Maarheze

Het 100-jarig jubileum van de Rabobank Nederland was voor de vestiging in Budel Maarheze aanleiding om in projectvorm bij te dragen aan het rijke verenigingsleven van de gemeente dat maar liefst 275 verenigingen

telt op een inwonersaantal van 20.000. Met het project *Beter besturen* steunt de bank lokale verenigingen bij hun werkzaamheden met als doel de verenigingsbesturen te professionaliseren. Meer dan de helft van deze organisaties heeft interesse getoond in de lezingen, seminars en cursussen van Rabobank Budel Maarheze. Met het ROC wordt overlegd over het opzetten van cursussen, bijvoorbeeld in vergadertechnieken.

Rabobank Peij-Posterholt

Het Rabobankproject in Peij-Posterholt werd geboren toen het voortbestaan van de lokale bibliotheek toen het voortbestaan van de lokale bibliotheek werd bedreigd. Omdat de bank bij wilde dragen aan leefbaarheid in de kleine kernen stond zij een deel van haar eigen pand af aan de bibliotheek. De bibliotheek heeft inmiddels twee internetaansluitingen. Het project loopt door in die zin dat de bank de nieuwste snufjes op bibliotheekgebied blijft volgen en stimuleren. Sinds bibliotheek en bank 'samenwonen' is het aantal bibliotheekklanten verdubbeld. Bovendien zijn de contacten tussen bank en buurt verbeterd.

Twee keer per jaar organiseert KLM in samenwerking met Bedrijf & Samenleving Haarlemmermeer (CBSH) een projectweek, waarin medewerkers zich actief inzetten voor maatschappelijke organisaties of projecten. De projecten variëren van het organiseren van een sportdag voor vluchtelingen, klussen in de natuur, het organiseren van een verwendag voor een ziek kind tot het doen van taal oefeningen met allochtone vrouwen.

In een projectweek worden diverse projecten bij maatschappelijke organisaties aangeboden, waar medewerkers in teamverband een dag aan de slag kunnen. Werknemers kunnen maximaal twee werkdagen per jaar deelnemen aan een project. Maar het mes snijdt aan twee kanten. Doordat men zich individueel kan inschrijven ontstaan er teams van medewerkers vanuit verschillende afdelingen met uiteenlopende functies.

Inmiddels heeft KLM zich ingezet voor een groot aantal maatschappelijke organisaties, waaronder: Stichting Opkikker, Vluchtelingenwerk, het Leger des Heils, Landschapsbeheer Noord Holland, Stichting Jeugdland, Verzorgingshuis de Horizon.

Shell Cares is het sociale sponsoringsprogramma dat gedurende drie jaar één maatschappelijk probleem ondersteunt. Niet alleen financieel, maar ook met hulp van medewerkers en gepensioneerden van het bedrijf in Nederland. Shell Cares is onderdeel van het **social investment** beleid waarmee Shell zich richt op een duurzame samenleving.

De afgelopen drie jaar was Shell Cares actief met huiswerkbegeleidings-projecten voor allochtone scholieren in de grote steden. De komende drie jaar kiest Shell voor het landelijke project 'De wijk is van ons allemaal', dat zich ten doel stelt om de leefbaarheid in multiculturele wijken te verbeteren. In het project worden bewoners gestimuleerd daarin hun eigen verantwoordelijkheid te nemen. Zij kunnen dit doen in buurtpanels die specifieke wijkproblemen signaleren en verbeteractiviteiten opzetten.

Eenmalige initiatieven van bedrijven

Drie Starwood Hotels hebben, met 150 medewerkers en het management en in samenwerking met de Vrijwilligerscentrale Amsterdam, 'serviceweekenden' georganiseerd. Deze éénmalige evenementen waren zeer divers van aard en varieerden van het schoonmaken van een natuurterrein, een knutseldag voor een verzorgingstehuis, een dagje uit met een asielzoekerscentrum tot het verzorgen van een uitgebreide feestmaaltijd voor de daklozenopvang.

Zo kookte een team van 15 personen voor zo'n 80 dak- en thuislozen in een heel andere omgeving dan zij gewend zijn. 'Het was een warme maaltijd met een warme hartelijke middag', zo typeert een bezoeker van de daklozenopvang de middag. In de reactie van het Verzorgingstehuis werd benadrukt dat een dergelijk evenement kleur geeft aan het leven van de bewoners omdat in het reguliere budget praktisch alleen ruimte is voor zorg.

Dubbel genieten is een dienst van Ravelijn in Amersfoort, waarbij zoveel mogelijk mensen die niet meer zelfstandig naar buiten kunnen, de kans krijgen hun contact met de buitenwereld te vergroten met hulp van een vrijwilliger.

Deze keer namen aan het evenement ook twaalf medewerkers van Agis Zorgverzekeringen deel. Twaalf bewoners van het Van Randwijckhuis zijn een dagje mee uit genomen. Onder leiding van 't Gilde Eemland hebben ze een wandeling door de Amersfoortse binnenstad gemaakt. Op deze manier komen de werknemers van Agis heel direct in contact met de bewoners en medewerkers van de huizen waar zij 'op afstand' werk voor verrichten. Dit levert een positieve input op voor beide partijen, want van zo'n uitje geniet niet alleen de gast, maar ook de vrijwilliger.

Dubbel genieten is een project met steeds wisselende organisaties als participant. Zo gingen dit jaar ook ambtenaren van de gemeente Amersfoort samen met een aantal leerlingen en bewoners van een verzorgings- en verpleegtehuis op pad naar het Dolfinarium.

Contactgegevens

NOOT: Een lijst met contactgegevens is altijd kwetsbaar, gegevens veranderen nu eenmaal in de loop van de tijd. Mochten de in deze lijst genoemde gegevens niet meer correct zijn, dan kunt u door op internet te zoeken op de naam van het project of van de organisatie vaak eenvoudig de juiste gegevens achterhalen. Ook is het zo dat de meeste verwijzingen projecten betreffen; het is mogelijk dat sommige daarvan inmiddels zijn beëindigd. De in zo'n project opgedane ervaringen worden daarmee niet minder interessant. Daarom is steeds ook de organisatie achter het project genoemd.

Project: **Steeds Beter**
Gemeente: 20 grote steden verspreid over heel Nederland
Organisatie: Samenleving & Bedrijf
Contactpersoon: Steven Volkers en Marjolein Broeren
Telefoon: 030 - 293 05 09
E-mail: steven.volkers@samen.nl en marjolein.broeren@samen.nl
Website: www.samen.nl/programme_detail.jsp?pg_id=3

Project/Organisatie: **De Arnhemse Uitdaging**
Contactpersoon: Gerda Geurtsen
Telefoon: 026 - 445 64 52
Website: www.rijnstad.nl/ARNHEUITSITE/index.html
Publicaties:
- 'Eerste Beursvloer groot succes', Cees van den Bos (directeur Vrijwilligerscentrale Arnhem), Vakwerk 2002/2
- De Arnhemse Uitdaging voor maatschappelijk ondernemerschap. Plan voor uitbreiding van de opzet, mei 2002

Project/Organisatie: **Stichting Lokaal Comité Apeldoorn**
Contactpersoon: Mevrouw W. Hartman
Telefoon: 055 - 527 05 81
Website: www.marktplaatsapeldoorn.nl

Project: **Zomerprogramma voor ouderen**
Organisatie: Stichting Welzijn Ouderen Harderwijk
Contactpersoon: Anita Kamperman-Koopal
Telefoon: 0341 - 42 36 36
E-mail: akamperman@swoharderwijk.nl

Project: **Leeshulpprogramma**
Organisatie: Community Partnership Consultants
Contactpersoon: Pol van Tuijl
Telefoon: 06 - 2266 9065 / 020 - 626 12 08
Website: www.community-partnership.net/leeshulp

Project: **Beter besturen**
Organisatie: Rabobank Budel-Maarheeze
Telefoon: 0495 - 49 84 98
E-mail: info@budel-maarheeze.rabobank.nl

Project: **Bibliotheek, Rabobank Posterholt**
Organisatie: Rabobank Echt e.o.
Telefoon: 0475 - 47 83 33
E-mail: clienadvies@echt.rabobank.nl

Project: **KLM projectweken**
Organisatie: KLM Nederland
Contactpersoon: Caroline Hendriks-Durieux
Website: www.klm.nl

Project: **Shell Cares**
Organisatie: Shell Nederland
Contactpersoon: P. van Rijn
E-mail: socialinvestment@shell.nl
Website: www.wijk.nl/stichting/shellcares.html

Project: **Serviceweekends**
Organisatie: Vrijwilligerscentrale Amsterdam/Starwood Hotels
Telefoon: 020 - 530 12 20
E-mail: amsterdam@vrijwilligerscentrale.nl
Website: www.vrijwilligerscentrale.nl/amsterdam

Project: **Dubbel Genieten**
Organisatie: Matchpoint Maatschappelijk Ondernemen
Contactpersoon: Marie-Louise Hehenkamp
Telefoon: 06-15625396
E-mail: ml@matchpoint-amersfoort.nl
Website: www.matchpoint-amersfoort.nl

Publicatie: **Van inspiratie naar transpiratie. Het bevorderen van partnerschappen tussen bedrijfsleven en vrijwilligersorganisaties**
Auteurs: Lucas C.P.M. Meijs & Judith M. van der Voort
Jaar, plaats van uitgave: 2003, Rotterdam: Erasmus Universiteit

Publicatie: **Steeds beter**
Organisatie: Samenleving & Bedrijf
Jaar van uitgave: 2002 (april)
Downloaden: <http://www.samen.nl/ownfiles/Adviesgemeente.doc>

Publicatie: **SamenWerken aan MeerWaarde. Handreiking maatschappelijk verantwoord ondernemen.**
Auteurs: H. de Vlaming, R. Schouten, S. Alta, E. van Leest, H. Bekkers
Organisatie: VNG
Jaar van uitgave: 2002

Publicatie: **Impactagenda, partners in de lokale samenleving**
Organisatie: Commissie Vrijwilligersbeleid
Jaar van uitgave: 2004 (september)
Download: www.vrijwilligersbeleid.nl (vanaf september 2004)

Publicatie: **De winst van waarden (advies 11/2000)**
Organisatie: Sociaal Economische Raad (SER)
Downloaden: www.ser.nl/publicaties/default.asp?desc=publicaties_adviezen#2000

Bestellen producten van de Commissie

De producten van de Commissie Vrijwilligersbeleid zijn te bestellen bij:

De Commissie Vrijwilligersbeleid

Postbus 20350

2500 EJ Den Haag

070 - 340 78 23

vrijwilligersbeleid@minvws.nl

www.vrijwilligersbeleid.nl