

Bron: <http://www.aloiconsultancy.nl/2018/03/05/hospitality-en-vrijwilligers/>

## Vrijwilligers zijn een belangrijk! Maak ze happy!

Een collega van me kwam met de volgende uitspraak: “degenen zonder visitekaartje zijn vaak het visitekaartje!”, briljante uitspraak, met dank aan Caroline S. Dit geldt ook vaak voor vrijwilligers. Denk aan de talloze vrijwilligers in ziekenhuizen, musea, steden, die anderen wegwijs maken. Of helpen met hun vragen; vrijwilligers zonder visitekaartje. En de vele ouders die langs het sportveld staan; in het clubhuis; of met hun auto van hot naar her rijden zijn hier ook een voorbeeld van. En alle anderen die zich inzetten voor een stichting of verenigingsleven. Of het nu een goede doelen stichting betreft, een gezelligheids- of beroepsvereniging dan wel een politieke partij. We kunnen niet zonder de vele vrijwilligers die zoveel onbetaald werk verzetten. Toch lijkt het dat we vaak voorbij gaan aan de waarde van vrijwilligerswerk. Vanuit het oogpunt van de organisatie waarvoor het werk wordt verricht als vanuit het perspectief van de vrijwilliger zelf.

**ALS ELKE VRIJWILLIGER  
EEN STER KREEG**

**WERD HET NOOIT MEER  
DONKER**

*Loesje*



## Economische waarde

Wanneer we inzet van vrijwilligers in economische betekenis zouden uitdrukken, dan zouden we stijl achteroverslaan. Dat doen de meeste organisaties die gebruikmaken van vrijwilligers echter niet en dus is zelden bekend wat hun waarde is. Meijs e.a. (2012) hebben een methode ontwikkeld om dat inzichtelijk te maken. In een aantal gevallen is het niet nodig om dat precies te weten. Toch zou het voor veel organisaties geen kwaad kunnen een idee te hebben van de ‘waarde’ die vrijwilligers vertegenwoordigen. Meestal komt dit inzicht naar boven als er zich problemen aandienen. Bijvoorbeeld wanneer de bardiensten niet meer met vrijwilligers zijn in te vullen. En men moet overgaan tot het aantrekken van betaalde krachten. Of een systeem moet opzetten waar leden bardiensten vervullen of afkopen. Of wanneer men tot ontdekking komt dat men een bovenmatige – wellicht niet reële – inzet van vrijwilligers vraagt en dat een vaste kracht meer oplevert. Illustratief is het inzetten van betaalde fondsenwerfers om extra inkomsten te genereren. De keuze voor een betaalde kracht in plaats van een vrijwilliger loont dan blijkbaar. Wederom een economische insteek waarbij kosten-baten afwegingen een rol spelen. Toch gaat het niet alleen om de economische waarde.



Onderzoek geeft aan dat niet alleen commerciële beweegredenen mensen aanzet tot 'hospitality' of gastvrij gedrag. Meerdere auteurs omschrijven gastvrijheid als het bieden van eten en drinken, onderdak en vooral veiligheid en bescherming. Dit was in vroegere tijden normaal voor reizigers en beslist niet alleen vanwege commerciële motieven. Gastvrij gedrag komt vaak voort uit altruïstische drijfveren (Derrida, 2000; O'Gorman, 2006; Pohl, 2011). Het zich inzetten als vrijwilliger heeft ook vaak een onbaatzuchtig motief en biedt een interessante vergelijking. Ook al gaat het de vrijwilliger niet om een financiële compensatie, toch zou het interessant zijn om diens drijfveren serieus te onderzoeken. En te kijken welke vergoeding een passende zou zijn. Dat vergt maatwerk want voor niet iedereen zal dit hetzelfde zijn. Dit hangt samen met de persoon, het soort vrijwilligerswerk en de mogelijkheden. Het krijgen van erkenning of status, de maatschappij iets terug willen geven, het opbouwen van (nieuwe) vriendschappen of een netwerk, het opdoen van nieuwe kennis en ervaring, het geven van 'zin' aan het leven, het zijn allemaal motieven om zich als vrijwilliger in te zetten (Binder & Freytag, 2013). Hoe de inzet van vrijwilligers te waarderen?

## Waardering – waardebepaling van vrijwillige inzet

Als gezegd, de inzet van vrijwilligers levert de maatschappij en de vrijwilliger veel op. Toch wordt nog zelden een serieus vrijwilligersbeleid gevoerd. Dat begint met het duidelijk omschrijven van wat de taken en rollen zijn, wat er verwacht wordt van de vrijwilliger (inzet qua uren, verantwoordelijkheden etc.), waar hij of zij op kan rekenen (ondersteuning, materiaal etc.), welke mogelijkheden er zijn (ontwikkeling, promotie, bestuur-posities e.d.), wat de 'regels', zijn geschreven en ook ongeschreven, waar men terecht kan met vragen en/of problemen (bv. over seksuele intimidatie, machtsmisbruik e.d.), en bespreken van 'vrijwillige maar niet vrijblijvende' inzet e.d.. Vervolgens volgt een gesprek met de vrijwilliger waarin kansen, mogelijkheden, wensen en belangen van de vrijwilliger en de organisatie worden besproken. Is er een match? Bestaat er een gelijke, realistische verwachting? Dan eenmaal met elkaar in zee gegaan, evalueren wat er besproken is bij aanvang en naderhand en of de verwachtingen uitkomen, of eventueel bijgesteld moeten worden? Tot slot, mochten de partijen uit elkaar gaan, dan is een exit-gesprek met het waarom nuttig voor een evaluatie en reflectie, in het belang van de vrijwilliger en de organisatie zelf?

Wanneer organisaties die een beroep doen op vrijwilligers dit met een professionele attitude doen en nadenken over belang en waarde pas dan kunnen beide partijen, zowel de vrijwilliger zelf als de organisatie, nog meer waarde uit vrijwilligerswerk halen. Kortom, dan is iedereen happy!

### Bibliografie

Binder, M., & Freytag, A. (2013). Volunteering, subjective well-being and public policy. *Journal of Economic Psychology*, 34, 97-119.

Derrida, J. (2000). Hospitality. *Journal of the Theoretical Humanities*, 5(3).

Meijs, L., Metz, J., Hoogervorst, N., Baren, E. v., & Roza, L. (2012). De unieke waarde van Vrijwilligerswerk. De voortgang van het onderzoek naar de waarde van vrijwilligerswerk binnen de pedagogische civil society. Verkregen op 4 maart 2018 van [www.ecsp.nl](http://www.ecsp.nl)

O'Gorman, K. D. (2006). Jacques Derrida's philosophy of hospitality. *Hospitality Review*, 8(4), 50-58.

Pohl, C. D. (2011). Hospitality and the Mental Health of Children and Families. *American Journal of Orthopsychiatry*, 81(4), 482-488.