

### Met bedrijfsvrijwilligerswerk kennis delen over sectoren heen

“Laten we de spreekwoordelijke muren tussen bedrijven en sociale organisaties slopen.”

Mieke Nieuwdorp is initiatiefnemer van Engage4, een bedrijf dat synergieën doet ontstaan tussen het bedrijfsleven en sociale organisaties door het delen van kennis. Want ze kunnen van elkaar leren, elk vanuit hun eigen perspectief. Zo wil Engage4 het enorme potentieel aan vrijwillige energie kanaliseren, benutten en ontwikkelen. Engage4 brengt teams uit een bedrijf en een sociale organisatie samen en in een korte tijdsspanne gaan ze hun kennis en ervaring delen om een concrete uitdaging uit de dagelijkse werking van de sociale organisatie op te lossen. Dit heet competentiegebaseerd bedrijfsvrijwilligerswerk, of ook skills-based employee volunteering.



**In tegenstelling tot andere spelers op het terrein, investeert Mieke in het opbouwen van geleide processen, waarbij de sterktes van alle partijen naar voren komen en iedereen een win-win ervaart. Een paternalistische én belerende visie op de zaak hekelt ze.**

**Vanwaar je interesse in vrijwilligerswerk Mieke?**

Het is met de paplepel ingegeven. Mijn ouders waren actief en zo hoorden we aan de eettafel de fijne verhalen

maar vooral ook het idee dat om dingen te veranderen, je zelf de handen uit de mouwen moet steken. Vrijwilligen was voor mij dan ook vanzelfsprekend. Mijn passie groeide als student terwijl ik me inzette voor onder meer ontwikkelings samenwerking en de jeugdbeweging. Tot op vandaag vrijwillig ik en houd ik ervan om andere ideeën te horen en te luisteren naar wat jongeren te zeggen hebben.

Al snel ontdekte ik dat vrijwilligen ook een vorm van leren is, het is

ervaringsleren. Uit het samenwerken in contexten die erg verschillen van je studie of werk, leer je zo veel. Dat gecombineerd met de energie die ik krijg van het opnemen van een maatschappelijk engagement, is een ervaring die ik graag ook mogelijk wil maken voor andere mensen.

Daarbij ben ik er volledig van overtuigd dat je als individu wel degelijk het verschil kan maken. Moet maken. Er zijn veel mensen die het met minder moeten stellen dan jezelf: je

kan erop staan kijken of mee proberen er iets aan te doen. Maar, zit dat niet ingebakken in de mens? Iets doen voor een ander.

### **Die interesse in vrijwilligerswerk komt tot uiting in je werk?**

Absoluut. Ik constateerde dat er een gigantisch potentieel aan menselijke energie en kennis onderbenut wordt. Mijn doel is om mensen van 'twee werelden' -business en sociaal- te verbinden omdat ze elkaar zoveel te bieden hebben.

Vandaar groeide de idee om met mijn bedrijf Engage4 te zorgen voor succesvolle matching tussen bedrijven en sociale organisaties. Dat zijn leerrijke trajecten, waardevol voor beide partijen. Dat merk ik dagelijks.

Met Engage4 steken we vrij veel energie in correcte samenwerkingsverbanden opzetten, om resultaten te bereiken die duurzaam zijn, en waarbij de kwaliteiten van beide partijen de leidraad vormen. Ik hoef geen paternalistische benadering waarbij de ene veronderstelt de kennis in pacht te hebben en de andere dat gewoon dient te volgen. Het op elkaar afstemmen, onderzoeken van behoeftes en elkaars referentiekaders leren kennen vergt tijd, maar levert succesverhalen op.

### **Moeten we de wereld van bedrijven en vrijwilligersorganisaties niet gescheiden houden? Ze vertrekken toch vanuit een andere logica?**

Maar ze maken toch allebei onderdeel uit van de maatschappij waarin we leven. En ieder heeft daar toch zijn verantwoordelijkheid in te nemen. Het lijken soms twee aparte werelden. Die spreekwoordelijke muren ertussen zijn er vaak, laat ons starten met daar wat extra deuren tussen te zetten, dat is in het voordeel van alle partijen. Er ligt veel rijkdom in verscheidenheid.

Bedrijven zijn zich niet enkel meer bewust van de maatschappelijke uitdagingen die voor ons liggen (klimaat, voedselonzekerheid, toegang tot onderwijs, technologische evoluties,...) maar ook van de rol die ze moeten opnemen. Zij kunnen

strategisch een enorm verschil maken. Naast financieel kapitaal beschikt een bedrijf over veel menselijk kapitaal. Als je dat kan inzetten om een positieve impact te creëren, dan fungeert dat als een stevige hefboom.

Het concept van het Maatschappelijk Betrokken Ondernemen is ondertussen meer dan een boutade. Je moet bedrijven er niet echt meer van overtuigen dat ze een maatschappelijke rol te vervullen hebben. Ze worden er bovendien op aangesproken door hun eigen medewerkers die niet langer accepteren dat enkel het winst oogmerk de leidraad vormt. Dat leidt tot een bottom-up aanpak, die niet teruggedraaid zal worden. Integendeel, dit fenomeen zal toenemen in de toekomst. Bedrijfsmedewerkers die zich maatschappelijk engageren kan de betrokkenheid van het bedrijfsleven bij de samenleving intensiveren.



### **Vanuit het vrijwilligerswerk is er soms de vrees dat het over niets anders gaat dan window-dressing. Onterecht volgens jou?**

Meestal onterecht. Weet je, dat was misschien bij aanvang zo, maar daar komt geen enkel bedrijf nog mee weg. Een bedrijf gaat niet zomaar zoeken naar vrijwilligersopportunities voor hun medewerkers, nee, het wil impact realiseren. Die impact realiseren wordt zo een onderdeel van het businessplan: het bedrijf onderzoekt

dan hoe ze het potentieel waarover het beschikt strategisch kan maximaliseren. Dat gaat onder meer over volunteering maar ook over inzet van budgetten, materialen en logistieke capaciteit van het bedrijf. Een bedrijf wil het bereikte resultaat kunnen meten.

Het is dus meer dan enkel het inzetten van het menselijk kapitaal en ruimer dan een puur idealistische visie op vrijwilligerswerk. Een resultaat van de evenwichtsoefening tussen enerzijds de strategische intenties om maatschappelijk impact te bereiken en anderzijds de kracht van het vrijwilligerswerk. De motor blijft wel het engagement van de mensen.

Wel constateer ik dat veel bedrijven vandaag nog te vaak een 'quick win' najagen, en zich onvoldoende voorbereiden voor het zinvol en

impactvol inzetten van hun medewerkers in de sociale organisaties. Ik zie projecten waarbij vragen kunnen gesteld worden of die nu echt wel een meerwaarde betekenen voor de sociale organisatie, en zelfs voor het bedrijf. Waar zeker meer in zit met een goede voorbereiding van beide partijen. Zonder goede voorbereiding kan zelfs het gevaar bestaan dat stereotypen versterkt worden, wat net niet de bedoeling is.

Ik ben van mening dat als een bedrijf echt een maatschappelijke impact wilt



maken, ze dit -net als bij elk ander project in hun werking- professioneel moeten aanpakken en een minimale investering en tijdsbesteding moeten voorzien voor een goede voorbereiding en uitvoering. Het is hier dat Engage4 als intermediaire partner een rol speelt, en zowel bedrijven als sociale organisaties ondersteunt.

### **Je stelt wel eens dat vrijwilligersorganisaties in een hamsterwiel zitten, wat bedoel je juist?**

Het is een vaststelling dat men hard werkt om de huidige manier van werken veilig te stellen. Alles en iedereen wordt daarvoor ingezet. Men heeft het gevoel dat er geen tijd is om te gaan samenwerken met externen. Dat bedoel ik met lopen in het hamsterwiel. Toch kan het vaak nuttig zijn om in de dagelijkse drukte een externe blik toe te laten en op andere manieren doelen te bereiken. Om creatief bepaalde uitdagingen met andere ogen te bekijken. Het klinkt paradoxaal, maar even tijd maken kan nadien meer tijd opleveren. Zolang ze blijven ronddraaien in dat hamsterwiel rest er geen tijd om de blik te openen, eens een ander vrijwilligersmodel uit te proberen, de verbeelding te laten werken. Door te veel op zichzelf te focussen, verliest men de opportuniteiten rondom wel eens uit het oog.

Het zijn de sociale organisaties die een cruciale rol vervullen in vrijwilligerswerk en opbouw van de gemeenschap, omdat zij het belang en de maatschappelijke uitdagingen vertegenwoordigen. Toch merk ik vaak dat ze niet voorbereid zijn op een samenwerking met het bedrijfsleven. Hierdoor worden kansen gemist.

Ik leer hen hoe ze moeten omgaan met bedrijfsvrijwilligers vermits je die niet helemaal kan vergelijken met de vrijwilligers die al in de organisatie vrijwilligen. Het verschil is niet onoverkomelijk maar het zit vooral in de rol die ze hebben op dat moment. Vrijwilligers zijn natuurlijk allemaal gewoon mensen. Maar als ze ingeschakeld worden via het bedrijf brengen ze op dat moment hun professionele talenten en competenties in. Ze moeten ook rekening houden

met de doelstellingen die het bedrijf wil realiseren, en het thema dat het bedrijf als maatschappelijk relevant beschouwt. Ze worden projectmatig ingezet, gericht op een concreet resultaat of verandering. Dat verandert de rationaliteit: deze bedrijfsvrijwilligers genieten via hun vrijwilligerswerk ook een (informele) opleiding die hen vooruit helpt bij hun professionele bezigheden.

Organisaties moeten dus de inschakeling anders voorbereiden zodat die win-win effectief kan ontstaan. Maar het betekent ook dat organisaties niet louter denken vanuit actuele noden maar ook wat verder moeten kijken. Welke ideeën, acties en initiatieven blijven liggen omdat er onvoldoende middelen, capaciteit of kennis zijn? Daar liggen de kansen om een traject af te leggen met bereidwillige bedrijven.

### **Engage4 slaat die bruggen?**

Zeker, dat is de filosofie van onze werking.

In de samenwerking van bedrijven met sociale organisaties, zorg ik dat het voor beide partijen meer is dan louter een transactionele relatie -waar de ene partij de schenker is en de andere de begunstigde. Bij Engage4 verlaten we het geveer-ontvanger principe om het wederzijds leren te benadrukken. In dergelijke gelijkwaardige samenwerkingstrajecten zie je dat iedereen leert: het verandert de mindset en de houding van alle betrokkenen op een krachtige en positieve manier, we spreken van transformatief leren. Bedrijfsmedewerkers maken kennis met maatschappelijke uitdagingen op een andere manier en krijgen inzichten die ze niet meer vergeten. Dat is de impact, die duurzaam tot stand komt omdat mensen zaken vanuit andere perspectieven bekijken en bewuster worden. Dat zal op termijn ook tot meer respect en solidariteit leiden, daarvan ben ik zeker.



## We spreken over bedrijfs-vrijwilligers en over werkne-mers-vrijwilligerswerk, dat wringt toch met de definitie van de Vrijwilligerswet?

Ja, de term zorgt voor verwarring want spreken over ‘vrijwilligen’ in de werkcontext is vreemd. Vrijwilligerswerk heeft de connotatie van niet betaald te zijn, altruïstisch, vanuit de eigen wilsautonomie... wat enigszins wringt met hoe een bedrijf er strategisch mee omgaat. Zij maken de koppeling tussen engagement en bijleren. In het Engels spreekt men over ‘Community Engagement’ of ‘Corporate Citizenship’, als we daar een mooie Nederlandse term voor kunnen vinden, zou het beter zijn. Nu wordt alles onder het hoedje van het vrijwilligerswerk gestoken en dat is niet correct. Het doel van bedrijven is niet om vrijwilligerswerk aan te bieden, wel om hun medewerkers te laten delen waar ze goed in zijn, en zo een maatschappelijke impact te hebben.

In mijn aanpak vertrek ik wel altijd vanuit de eigen wil van de mensen omdat het geen zin heeft om mensen, dus ook medewerkers niet, te verplichten tot engagement. Formele of informele druk uitoefenen werkt contraproductief. Tot mijn grote plezier merk ik wel dat bedrijven mijn visie hierop accepteren.

## Kan het Vlaams Steunpunt Vrijwilligerswerk iets betekenen in functie van de samenwerking tussen vrijwilligersorganisaties en bedrijven?

De interesse van bedrijven in Community Engagement is een trein die niet te stoppen is. Jullie zouden vooral moeten blijven inzetten op de duiding, daarbij ook helder blijven afbakenen wat vrijwilligerswerk is en wat het niet is. Niet alle vormen van engagement vallen immers onder het vrijwilligerswerk. Sociale organisaties kunnen best goed geïnformeerd en voorbereid zijn voor deze nieuwe vormen van engagement. Niet alle organisaties zijn klaar voor dit soort samenwerking, en niet alle projecten zijn hiervoor geschikt. Er is niets mis mee om ook nee te zeggen tegen bepaalde vragen vanuit bedrijven.

## Mieke, welke boodschap wil je nog meegeven aan de lezers van SOS Vrijwilligers?

Samenwerking tussen bedrijven en sociale organisaties hoeft niet meteen heel omvangrijk en langdurig te zijn. Het is een misvatting dat een kort engagement niet duurzaam is. De duurzaamheid zit niet in de tijdsduur van de samenwerking maar in de manier waarop er wordt samengewerkt. Als je samenwerkt, doe je het op basis van vertrouwen en gelijkwaardigheid. Dat vraagt een investering aan tijd, energie en voorbereiding maar het loont zeker de moeite. Op die manier kunnen openingen ontstaan, wederzijds begrip en respect.

Ik raad aan te starten met een kleiner, afgebakend project. Een positieve ervaring kan dan tot meer leiden.

**Een beter begrip van maatschappelijke uitdagingen leidt tot meer solidariteit, een goede vrijwilligerservaring tot meer empathie. Als bedrijfsmedewerkers de kans krijgen tot zo’n ervaring, is dat toch geweldig! Zo dragen we allemaal bij om het verschil te maken.**

**Wist je dat...**  
... je  
je vrijwilligersvacatures gratis op [www.vrijwilligerswerk.be](http://www.vrijwilligerswerk.be) kan plaatsen?

## DE MEDEWERKER



## Jan (medewerker vorming en lokale besturen):

“In de kerstvakantie van 2019 werkten we met Co-Searching, een organisatie die werkzoekenden versterkt, aan de laatste loodjes van een subsidiedossier van meer dan 100 pagina’s. Daar hing echt heel veel van af. In diezelfde vakantie van 2019 was mijn zoonnetje, Louis, net geen 1 maand. Hij kon heel moeilijk slapen doordat hij veel last had van krampjes. Daarom droeg ik Louis ‘s nachts op mijn buik in een draagdoek terwijl ik mijn opmerkingen gaf in het subsidiedossier. In die vruchtbare nachtelijke uurtjes vergat Louis zijn krampjes en kon hij heerlijk op de buik slapen van zijn papa. In 2020 vernamen we dat de jury en de minister ons dossier positief beoordeelden. Nu krijgt Co-Searching alle kansen om verder te groeien. Als vrijwilliger en oprichter maakt me dat erg trots. Het is toch geweldig om je beide kindjes zo groot te zien worden.”