



Een gezelligheidsactiviteit organiseren die past bij het beleid rond sociale cohesie

Gevraagd: ondernemende houding!

Van welzijns- en vrijwilligersorganisaties wordt, ook door de komst van de Wmo, een meer ondernemende en klantgerichte werkwijze gevraagd. Dit vraagt durf, initiatief, visie en vernieuwingskracht.

tekst Peter Dankmeijer, Inge van Steekelenburg en Daan de Bruijn foto Bert Spierz

Gemeenten vragen van organisaties een actieve bijdrage in de realisatie van het lokale Wmo-beleid. Gemeenten, maar ook andere opdrachtgevers en financiers, sturen daarbij sterker op resultaten en de maatschappelijke effecten van diensten en activiteiten. Een gezelligheidsactiviteit moet dan bijvoorbeeld passen binnen het beleid

rond sociale cohesie. Maatschappelijke organisaties - vrijwillig én professioneel - worden steeds meer uitgedaagd om zich goed te positioneren en hun maatschappelijke meerwaarde aantoonbaar te maken. Wat betekent dit specifiek voor lokale vrijwilligersorganisaties? En hoe word je als lokale vrijwilligersclub ondernemender?

Ondernemend werken

Vrijwilligersorganisaties die ondernemend werken, spelen proactief in op kansen en ontwikkelingen in de eigen omgeving. Hiermee vergroten zij hun 'overlevingskracht' in een veranderende (lokale)

"We deden een workshop over 'experience marketing'. Daarin leerden we hoe we een gewone basketbalwedstrijd een beetje anders kunnen organiseren zodat het een echt dagje uit werd voor de sporters, maar ook voor alle toeschouwers. Met leuke persoonlijke uitnodigingen, dingen voor en na de wedstrijd, leuke aankleding, dingen te eten. We hebben er ook nog aan verdiend!"

omgeving, waarin vrijwilligers, klanten én de overheid andere, vaak hogere, eisen aan hen stellen. Ondernemend werken betekent ook dat vrijwilligersorganisaties nieuwe kansen weten te benutten. Denk aan samenwerking met bedrijven die maatschappelijk willen ondernemen en aan de ontwikkeling van nieuwe activiteiten in partnerschap met andere maatschappelijke organisaties. Voorbeelden van ondernemende vrijwilligersorganisaties zijn er genoeg: een sportvereniging verhuurt een deel van haar ruimtes aan de peuterspeelzaal en de heemtuinvereniging verkoopt thee en planten uit eigen tuin. Beide genereren zo extra middelen. Een zorginstelling biedt jongeren uit de buurt faciliteiten om muziek en theater te maken en in ruil daarvoor zijn de jongeren als vrijwilliger actief in de zorginstelling.

Tussen droom en daad

Niet in elke vrijwilligersorganisatie beschikken vrijwilligers of beroepskrachten over de vaardigheden om zich ondernemend op te stellen. Niet iedereen kan of wil een projectplan schrijven, of is zo assertief om ongevraagd binnen te stappen bij mogelijke financiers of samenwerkings-

partners. Dat kost tijd die men vaak niet heeft, of liever steekt in uitvoerende activiteiten. In sommige vrijwilligersorganisaties wordt al sinds jaren gewerkt met hetzelfde aanbod, ook als er steeds minder deelnemers zijn. Dan zijn de producten of activiteiten verouderd, maar het is niet altijd eenvoudig om iets nieuws te bedenken. Vrijwilligerscentrales, sportservicepunten en andere ondersteuners bieden echter begeleiding en advies aan organisaties die ondernemender willen worden. De afgelopen twee jaar werden onder andere in Zwolle en Utrecht lokale organisaties door MOVISIE getraind in een ondernemende manier van werken. In Flevoland en Overijssel zijn op dit moment de provinciale netwerken van centrales actief in discussie hoe zij ondernemend werken gezamenlijk op de agenda van lokale organisaties kunnen krijgen.

Tussen idealen en ambities

Vrijwilligersorganisaties worden, om hun activiteiten uit te kunnen blijven voeren, uitgedaagd om hun strategie te herzien en kansen in de omgeving te benutten. Uiteindelijk draait het natuurlijk wel om de leden, klanten én cliënten en de

vele vrijwilligers die actief zijn. Zij zien zichzelf niet als 'zakelijke' uitvoerders van een opdracht, maar komen voor hun plezier en hebben behoefte aan een duidelijke verbinding tussen hun eigen betrokkenheid en het maatschappelijke nut van de activiteiten. Dat het verstandig is om ook de vrijwilligers in je eigen organisatie als klant te zien is daarin een nieuwe benadering. (Zie het artikel 'Zappers, klanten, flexwerkers' in deze Vakwerk, red.)

In de komende jaren moeten vrijwilligersorganisaties laveren tussen hun idealen en mogelijkheden enerzijds én de maatschappelijke ambities van gemeenten en wensen van kritische klanten en vrijwilligers anderzijds. Het zal belangrijk worden om vrijwilligers te werven die ondernemende competenties hebben en het leuk vinden de organisatie continue te helpen verbeteren en financiering binnen te halen. Ook uitvoerende vrijwilligers zullen moeten leren open te staan voor de wensen van een wisselende stroom deelnemers of klanten. In veel gevallen zullen de activiteiten of producten opnieuw bekeken moeten worden.

Pijlers van ondernemend werken

Om als vrijwilligersorganisatie ondernemender te werken zijn de volgende vier pijlers van belang:

1. Ken je organisatie

Net als in normale organisaties is het ook voor vrijwilligersorganisaties goed om af en toe stil te staan en vooruit te kijken. Bepaal als bestuur wat de wensen en toekomstplannen van de eigen organisatie zijn en welke concrete acties nodig zijn om daar te komen.

2. Presenteer je organisatie

Als je weet wat jouw organisatie uniek of bijzonder maakt en weet wat je als organisatie wil bereiken, is het zaak om dat ook aan potentiële vrijwilligers, financiers, én klanten/cliënten kenbaar te maken. Daarbij is het wel van belang dat je hun wensen en belangen kent. Weet waarom jouw organisatie voor hen aantrekkelijk is of vraag hun wat je er aan kunt doen om dat te worden.

3. Samenwerken en netwerken

Behalve zichtbaar zijn is het ook goed om organisaties en personen uit je eigen omgeving die jou kunnen helpen,

actief te benaderen. Het begint met het opbouwen en benutten van een netwerk. De buurman die als accountant werkt, kan advies geven over de financiën; de beleidsambtenaar uitnodigen voor een leuke bijeenkomst versterkt de relatie met de gemeente. Ook deelname aan de beursvloer of NL Doet biedt kansen om nieuwe samenwerkingspartners te vinden.

4. Fondsenwerving en zelffinanciering

Een gebrek aan middelen beperkt de mogelijkheden om actief te zijn als organisatie. Toch zijn er naast contributies en subsidies ook andere manieren om aan geld te komen. Zoek gericht naar fondsen of bedrijven die passen bij de doelen of doelgroep van jouw organisatie. Daarnaast kun je sommige activiteiten ook openstellen voor niet-leden en een bijdrage vragen, en je kunt de expertise van je eigen organisatie gebruiken om aan extra geld te komen. Een scoutinggroep die een survivalbaan bouwt voor een vrijgezellenfeest of de teambuilding van een bedrijf bijvoorbeeld.