

Wat is samenwerken met bedrijven?

Waarom maatschappelijk betrokken ondernemen?

Bedrijven worden zowel intern als extern aangesproken om te voldoen aan bredere maatschappelijke doelen. Ze worden door overheden en (internationale) non-profitorganisaties (NPO's) aangesproken op hun verantwoordelijkheden. Ook consumenten worden kritischer en stellen scherpere eisen en werknemers kiezen vaker voor bedrijven die aansluiten bij persoonlijke morele motieven.

Bedrijven zijn een onlosmakelijk onderdeel van de samenleving naast burgers, non-profitorganisaties en overheden. Ze hebben baat bij het goed functioneren van die samenleving. Door invulling te geven aan hun verantwoordelijkheid, kunnen bedrijven daaraan een positieve bijdrage leveren.

Verschil tussen MBO en MVO

Er is een verschil tussen maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) en maatschappelijk betrokken ondernemen (MBO). Bedrijven worden gevraagd een bijdrage te leveren aan mondiale thema's zoals het beschermen van het milieu of het respecteren van mensenrechten (MVO). Er wordt daarnaast ook van bedrijven verwacht dat ze activiteiten van lokale non-profitorganisaties ondersteunen, zoals zich inzetten voor een lokale maatschappelijke organisatie.

MBO gaat dus over **activiteiten en investeringen die bedrijven doen in de (lokale) omgeving** ten behoeve van specifieke doelgroepen of maatschappelijke doelen. Het gaat om samenwerking tussen bedrijven en non-profitorganisaties door het inzetten van hulp in de vorm van kennis en kunde, menskracht en middelen. Simpel gezegd is MBO de vrijwillige inzet van bedrijven om een steentje bij te dragen aan de samenleving door middel van het ondersteunen van non-profitorganisaties (NPO's.)

Deze maatschappelijke betrokkenheid kan variëren op basis van 5 verschillende M's

1. Munten (financiële ondersteuning)
2. Middelen (fysieke middelen, zoals computers, voedsel, meubilair)
3. Massa (introduceren van de non-profitorganisatie in het netwerk van het bedrijf consumenten, relaties, werknemers)
4. Media (het promoten van de non-profitorganisatie of maatschappelijke kwestie via marketingkanalen van bedrijven)
5. Mensen (medewerkersvrijwilligerswerk).





Steeds meer bedrijven, van ZZP en MKB tot multinational, geven op een actieve manier invulling aan hun maatschappelijke betrokkenheid. Ze doneren geld aan een goed doel, computers en IT-apparatuur aan een buurthuis of werknemers geven les op scholen over omgaan met geld. Tegelijkertijd speelt het thema ook op strategisch niveau een steeds belangrijker rol. Enerzijds door het aangaan van strategische partnerschappen (bijvoorbeeld TNT en het World Food Programme of BCC en het Wereldnatuurfonds); anderzijds door de impact van de keuzes die in het MBO-beleid gemaakt worden. MBO is steeds vaker onderdeel van de bedrijfsvoering en verbonden met de doelstellingen en activiteiten van het bedrijf.

Wat is medewerkersvrijwilligerswerk?

We gebruiken de term medewerkersvrijwilligerswerk voor medewerkers van een bedrijf die hun tijd en kennis beschikbaar stellen voor sociale ondernemingen, non-profit organisaties, verenigingen of goede doelen. Dit kan door bij te dragen aan eenmalige activiteiten of door het aangaan van langdurige verbindingen om samen - lokale - gemeenschappen te versterken en sociale impact te creëren. Het doen van vrijwilligerswerk door medewerkers heeft een grote sociale impact die verder gaat dan de vrijwilligersactiviteit zelf.

Wat levert dit op?

Impact voor de samenleving

- Het bedrijf draagt bij aan het oplossen van maatschappelijke vraagstukken door deel uit te maken van een echte samenleving
- Het verbindt diverse doelgroepen in de samenleving die elkaar niet altijd vanzelfsprekend vinden
- 61% van de bedrijven in Nederland draagt al actief bij aan de samenleving, vaak in de vorm van sponsoring en giften. Veel maatschappelijke organisaties zijn ook op zoek naar expertise en praktische ondersteuning en vrijwilligers en bedrijven kunnen daar een substantiële bijdrage aan leveren

Impact voor de medewerkers

- 84% van de medewerkers krijgt als vrijwilliger meer inzicht en begrip in de doelgroep en de sociale problematiek ervan. Dit leidt tot breder begrip voor mensen die het moeilijk en/of sociale problemen hebben. Ook geeft het een gevoel van zingeving
- 77% van de medewerkers geeft aan dat door het bedrijf gesteunde vrijwilligersactiviteiten essentieel zijn voor het welzijn en de vitaliteit van de medewerkers
- Medewerkers ontwikkelen nieuwe vaardigheden door vrijwillige inzet

Impact voor het bedrijf

- Het versterkt het sociale imago en trekt nieuwe medewerkers
- 79% van de medewerkers zoekt werkgevers met aandacht hiervoor. Het positioneert een bedrijf, zeker in deze krappe arbeidsmarkt, als aantrekkelijke werkgever
- 57% minder verloop als medewerkers zich verbonden voelen door inspanningen van een bedrijf op het gebied van vrijwilligerswerk

Impact/voordelen voor maatschappelijke organisaties



Vereniging Nederlandse Organisaties Vrijwilligerswerk

- De één-op-één aandacht die medewerkersvrijwilligers geven
- Het extraatje voor de doelgroep / organisatie
- Kennis, kunde en ervaring in huis halen voor de organisatie
- Klussen en projecten worden geklaard
- Er komen nieuwe vrijwilligers bij je organisatie (die ook weer een netwerk hebben)
- Je vergroot je netwerk door nieuwe samenwerkingen aan te gaan en de bedrijven hebben zelf ook een netwerk dat interessant voor je kan zijn
- Bedrijven bieden vaak een frisse blik op je organisatie die voor nieuwe inzichten kunnen zorgen
- Mooie samenwerking levert meestal ook goede PR voor je organisatie op
- Meer bekendheid in je wijk, buurt, stad of dorp

Intermediairs

In het hele land en lokaal zijn professionele intermediairs en landelijke (digitale) platforms die kunnen helpen met het opzetten en/of uitvoeren van medewerkersvrijwilligerswerk. Zij kennen de lokale markt en kunnen verbinden tussen bedrijven en maatschappelijke organisaties. [Hier vind je intermediairs die je kunnen helpen.](#)

NOV helpt

Het begon allemaal toen Vereniging Nederlandse Organisaties Vrijwilligerswerk (NOV) in 1996 de allereerste Maatschappelijke Beursvloer organiseerde in de Beurs van Berlage in Amsterdam. Inmiddels zijn we ruim 25 jaar verder en bieden we vanuit NOV met Good Busy en Good Work een breed platform aan kennis en expertise op het gebied van medewerkersvrijwilligerswerk.

Maatschappelijke betrokkenheid wordt steeds urgenter in een samenleving waar verwacht wordt dat mensen en organisaties een positieve bijdrage leveren aan de maatschappij. Dit kan door vrijwilligerswerk, donaties of andere maatschappelijke betrokkenheid. Ook steeds meer bedrijven zijn zich bewuster van hun maatschappelijke rol in de samenleving.

NOV Good Work

Met NOV Good Work richten we ons specifiek op vrijwilligerscentrales en maatschappelijke organisaties. Want naast enthousiaste bedrijven zijn zij natuurlijk ook onmisbare spelers! Om voor iedereen een passend aanbod te hebben onderscheiden we globaal 3 'stadia':

- Je bent een startende organisatie
- Je bent een bedreven organisatie
- Je bent een koploper

We richten ons als Vereniging NOV vooral op de "M" van "mensen", oftewel inzet van medewerkers binnen het vrijwilligerswerk. Dit kan met bijvoorbeeld extra handen en of aandacht maar ook door het inzetten van hun specifieke kennis en expertise. Vaak worden meer M's ingezet, dus ook daar hebben we zeker aandacht voor.



NOV Good Busy

Good Busy is door NOV opgezet in Het Nationaal Jaar Vrijwillige Inzet. Het is dé plek waar betrokken bedrijven met elkaar in contact kunnen komen en handige tools en inspiratie kunnen vinden over goed doen met medewerkersvrijwilligerswerk, omdat zij daarmee de samenleving, haar medewerkers en de organisatie zelf versterken. Op dit platform vind je kennis, inspiratie, handige tips en tools en goede voorbeelden. Ook vind je er agenda met boeiende bijeenkomsten en workshops. [Ga hier naar de site van Good Busy](#)

Meer weten of vragen

Neem dan graag contact op met het team van Good Work via algemeen@nov.nl

Good Work, september 2022

Bronnen:

- Good Busy
- Movisie
- Rotterdam School of Management Erasmus University