

Onderzoek cultuur in beeld voor de Stichting Alde Fryske Tsjerken

Hoe zetten de vrijwilligers van de plaatselijke commissies zich in voor de doelstellingen van de stichting Alde Fryske Tsjerken?

STICHTING ALDE FRYSCHE TSJERKEN



Namen: Evelien Haenen, Mirthe Jelsma & Mirte Miedema

Studentennummers: 4561295, 4574230 & 4553519

Opleiding: Human Resource Management

Minor: Human Talent

Naam uitgevende instantie: NHL Stenden Hogeschool Leeuwarden

Docenten: Marleen Griep en Karin Bouius

Datum: 3 juni 2021 Versie 3

Management samenvatting

Dit onderzoek wordt uitgevoerd als schoolopdracht voor de minor Human Talent van de opleiding Human Resource Management (HRM) aan de NHL Stenden. De Stichting Alde Fryske Tsjerken is de samenwerking aan gegaan met opleiding HRM van de NHL Stenden om studenten aan de slag te laten gaan met hun vraagstukken. Voor dit onderzoek is het vraagstuk met betrekking tot de inzet van de vrijwilligers van de plaatselijke commissies van de stichting onderzocht. De stichting ervaart een onbalans in de inzet die de vrijwilligers tonen voor hun eigen belangen (kerken) en de gezamenlijke belangen van de stichting. De stichting zou graag willen dat iedereen de doelstellingen van de stichting nastreeft, zodat die gerealiseerd worden. De hoofdvraag bij dit onderzoek is *Op welke manier kunnen de plaatselijke commissies bijdragen aan het behalen van de doelen van de stichting Alde Fryske Tsjerken?*

Het onderzoek is uitgevoerd door het doen van literatuuronderzoek en praktijkonderzoek bij de stichting. Het praktijkonderzoek is gedaan door het afnemen van enquêtes bij verschillende doelgroepen, vrijwilligers van de plaatselijke commissies, jongere mensen en gelijksoortige stichtingen. Uit het onderzoek zijn de volgende resultaten en conclusies naar voren gekomen. Het effectief benaderen van jongeren kan op twee manieren gebeuren. Indirect door sociale media in te zetten als Twitter, Facebook en Instagram. Op deze sociale media kunnen de positieve aspecten van de organisatie belicht worden, waardoor er interesse wordt opgewekt bij de doelgroep. Direct kunnen jongeren benaderd worden door middel van lesprogramma's op het middelbaar onderwijs, het hoger onderwijs en het universitair onderwijs. De lesprogramma's informeren de jongeren over de stichting en het onderwerp cultureel erfgoed. De stichting Alde Fryske Tsjerken krijgt zodoende meer naamsbekendheid en hopelijk meer nieuwe jonge vrijwilligers.

Voordat een jongere zich daadwerkelijk verbindt aan de stichting moet er genoeg informatie te verkrijgen zijn over het takenpakket en de verwachtingen van het werk. Dit kan door middel van het raadplegen van een functiebeschrijving. Bij veel twijfel zou de jongere een dag mee kunnen lopen met de stichting bij het organiseren van een eendaags evenement. Blijft er daarna nog weerstand tegenover het structureel binden met de stichting dan kan er gewerkt worden met een flexibel inzet.

Hetgeen wat vrijwilligers motiveert, is te koppelen aan de motivatietheorie van Maslow. De belangrijkste motivatiereden hierbij is zelfontplooiing en sociale acceptatie. Vrijwilligers van de stichting Alde Fryske Tsjerken worden naast de motivatietheorie gemotiveerd door het organiseren van evenementen en activiteiten. Wat hierbij erg belangrijk is, is de belangstelling voor deze evenementen en activiteiten die door hen georganiseerd worden. Mocht hier niet genoeg animo voor zijn, werkt dit juist demotiverend voor de vrijwilligers. Echter is het ook van belang dat vrijwilligers plezier ervaren bij het uitvoeren van de werkzaamheden en dat hier niet te veel druk aanhangt. Daarom is het belangrijk dat iedere vrijwilliger gemiddeld 1-5 uur per week kwijt is aan het vrijwilligerswerk. Tot slot is het van belang dat vrijwilligers waardering krijgen voor hun werk en daarom moet ook de communicatie met de vrijwilligers goed onderhouden blijven, dit zorgt weer voor een verhoogde motivatie.

De vrijwilligers van de plaatselijke commissies zijn op de hoogte van een of meerdere doelen en streven die na. Het gaat dan met name om de doelen die te maken hebben met het herstellen en in standhouden van de kerken en het geven van nieuwe functies. Het doel het wekken van publieke belangstelling is in minder mate bekend bij de vrijwilligers. Verder geven zij aan de doelen te herkennen in de stichting en belangrijk te vinden. Ook vinden zij dat zij zich actief in te zetten voor de stichting. Om de doelen na te kunnen streven hebben de vrijwilligers met name ondersteuning vanuit de stichting nodig, geld, activiteiten, onderhoud van de kerken, vrijwilligers en bezoekers. Daarnaast blijkt uit het hele onderzoek dat het van belang is dat er meer aandacht besteed gaat worden aan het creëren van bekendheid van de stichting, de activiteiten en het vrijwilligers werk. Daarop is het advies van dit onderzoek dan ook gebaseerd.

Voorwoord

Naar aanleiding van de presentatie die in het begin van de minor Human Talent is gegeven door Hester Simons en Rommie van der Heide, werden wij geënthousiasmeerd om onderzoek te doen naar 'cultuur in beeld' van de stichting Alde Fryske Tsjerken. Wij voelen ons alle drie verbonden met de Friese cultuur en kerken. Wij willen graag op deze manier een bijdrage hieraan leveren.

Wat belemmeringen waren bij het uitvoeren van dit onderzoek, is dat er weinig fysiek contact is geweest. Ook interviews die wij wouden doen met vrijwilligers van de stichting konden niet naar wens uitgevoerd worden, zowel online en telefonisch niet, wegens de leeftijdscategorie van de vrijwilligers en de AVG. Verder is dit onderzoek door ons als erg positief en leerzaam ervaren.

Wij hebben enorm veel steun gehad van Hester Simons, Rommie van der Heide en Joke Bakker bij het uitvoeren van ons onderzoek. Wanneer wij vroegen om even contact te hebben, werd hier snel op gereageerd en konden wij snel met hen een gesprek aangaan. Ook via de mail en de app werd erg snel gereageerd. Verder hebben wij veel steun van onze docent Marleen gehad. Zij heeft ons erg goed geholpen bij de uitvoering en de voortgang van ons onderzoek. Dit had vooral te maken met een fijne en duidelijke organisatie van contactmomenten en de feedbackmomenten van het onderzoeksverslag. Wij willen Hester, Rommie, Joke en Marleen heel erg bedanken voor de ondersteuning bij dit onderzoek.

Evelien Haenen, Mirthe Jelsma en Mirte Miedema

Leeuwarden, 3 juni 2021

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1 Aanleiding, doelstelling en onderzoeksvragen	5
Hoofdstuk 2 Theoretisch kader	7
Hoofdstuk 3 Methodologie en onderzoeksopzet	10
Hoofdstuk 4 Resultaten	12
4.1 Hoe trekt men nieuwe (jonge) vrijwilligers aan voor de stichting Alde Fryske Tsjerken?	12
4.2 Wat motiveert vrijwilligers van de plaatselijke commissies om zich in te zetten voor de stichting Alde Fryske Tsjerken?	12
4.3 Wat hebben de vrijwilligers van de plaatselijke commissies nodig om bij te kunnen dragen aan de doelstellingen van de stichting Alde Fryske Tsjerken?	15
Hoofdstuk 5 Conclusie	20
Hoofdstuk 6 Beroepsproduct en advies	24
Hoofdstuk 7 Bronnenlijst	29
Bijlage	31
Bijlage 1. Enquête vragen voor de plaatselijke commissies.	31
Bijlage 2. Enquête vragen belangstelling mensen op vrijwilligerswerk	32
Bijlage 3. Antwoorden gelijksoortige stichtingen op vragen vrijwilligers werven	32

Hoofdstuk 1 Aanleiding, doelstelling en onderzoeksvragen

In dit hoofdstuk wordt beschreven wat de aanleiding voor het schrijven van het onderzoeksrapport is. Ook wordt er gekeken naar de doelstelling en de onderzoeksvragen. Onder de onderzoeksvragen vallen de hoofdvraag en de deelvragen.

Aanleiding

De stichting Alde Fryske Tsjerken is een stichting die zich inzet voor oude, monumentale kerkgebouwen om verpaupering en verlies van deze kerkgebouwen tegen te gaan. Hester Simons bekleed binnen de stichting Alde Fryske Tsjerken de rol van directrice. Rommie van der Heide is de bureaumanager van de stichting. De stichting staat volgens Simons en van der Heide open voor nieuwe, frisse, verjongende ideeën, aanbevelingen en adviezen. Vanuit deze gedachtegang is er een samenwerking ontstaan tussen Alde Fryske Tsjerken en de NHL Stenden Hogeschool.

Een aantal studenten van de minor Human Talent aan de NHL Stenden Hogeschool zullen voor de stichting Alde Fryske Tsjerken aan de slag gaan. Hester Simons en Rommie van der Heide hadden een aantal onderwerpen bedacht waar de verschillende groepen uit konden kiezen. Vervolgens zijn er meerdere gesprekken geweest tussen de opdrachtgever Alde Fryske Tsjerken en de projectgroepen van Human Talent om concrete vraagstukken vast te stellen die goed aan zouden sluiten op de vooraf bedachte onderwerpen. De groepen zullen onderzoek doen naar vraagstukken op het gebied van employer branding, stakeholder behartiging, donateur werving en de plaatselijke commissies.

Iedere kerk die is overgenomen door de stichting Alde Fryske Tsjerken wordt na overname onderhouden door een groep vrijwilligers. Een groep vrijwilligers wordt een plaatselijke commissie (PC) genoemd. De meeste vrijwilligers zijn actief voor een lokale kerk in eigen dorp of stad (Alde Fryske Tsjerken, 2021). De commissies zorgen voor het openstellen van de kerken en het organiseren van activiteiten in de kerk. Bij de organisatie van activiteiten krijgen ze ondersteuning van een medewerker van het impresariaat. Het impresariaat bemiddelt tussen de PC's en mensen die in de kerk willen optreden of een activiteit willen uitvoeren (Stichting Alde Fryske Tsjerken, z.d.). Dit onderzoek zal zich richten op de plaatselijke commissies. De stichting zou graag willen weten hoe de plaatselijke commissies een actievere bijdrage kan leveren aan het behalen van de doelen van de stichting. De doelen van de stichting zijn onder andere het creëren van bekendheid van de stichting en de kerken en het toekennen van nieuwe functies aan de kerken. Dit met als doel om de kerken te blijven gebruiken oftewel 'De stenen levend te houden' (Alde Fryske Tsjerken, 2021). Een groot gedeelte van de commissies draagt momenteel nog niet in grote mate bij aan de doelen van de stichting vanuit verschillende, soms nog onduidelijke, redenen. Een hiervan is dat de vrijwilligers van de plaatselijke commissies vooral uit ouderen, gepensioneerde vrijwilligers bestaat (H. Simons en R. van der Heide, persoonlijke communicatie, 12 maart 2021). Stichting Alde Fryske Tsjerken heeft de hulp van de projectgroep ingeschakeld, omdat zij graag willen weten waarom de doelen niet worden nagestreefd door de plaatselijke commissies en wat de stichting zou kunnen doen om ervoor te zorgen dat dit wel gebeurt.

Doelstelling

Het doel van dit onderzoek is om te onderzoeken op welke manier de plaatselijke commissies een bijdrage kunnen leveren aan het behalen van de doelstellingen van de Stichting Alde Fryske Tsjerken. De stichting wil namelijk dat de vrijwilligers in de plaatselijke commissies van de stichting de neuzen dezelfde richting op hebben staan als de stichting zelf. Dat alle partijen een actieve bijdrage leveren en vooruitstrevend handelen in de richting van het realiseren van de doelen van de stichting. Het is daarom van belang dat alle plaatselijke commissie leden weten wat de doelen, missie, visie en waarden van de stichting zijn en die nastreven.

Onderzoeksvragen

Om dit onderzoek uit te voeren en de doelstelling te behalen is er een hoofdvraag opgesteld. De hoofdvraag die in het onderzoek centraal staat is als volgt geformuleerd:

‘Op welke manier kunnen de plaatselijke commissies bijdragen aan het behalen van de doelen van de stichting Alde Fryske Tsjerken?’

Voor deze hoofdvraag zijn er deelvragen opgesteld om uiteindelijk de doelstelling van het onderzoek te realiseren. Deze deelvragen omvatten alle aspecten die komen kijken bij het leveren van een bijdrage aan de doelen van de stichting Alde Fryske Tsjerken. De deelvragen zijn:

1. Hoe trekt men nieuwe (jonge) vrijwilligers aan voor de stichting Alde Fryske Tsjerken?
2. Wat motiveert vrijwilligers van de plaatselijke commissies om zich in te zetten voor de stichting Alde Fryske Tsjerken?
3. Wat hebben de vrijwilligers van de plaatselijke commissies nodig om bij te kunnen dragen aan de doelstellingen van de stichting Alde Fryske Tsjerken?

Om te weten hoe vrijwilligers een bijdrage kunnen leveren aan de doelen van de stichting is het als eerst van belang dat je weet hoe je die vrijwilligers werft. Dat is de eerste stap om doelen te kunnen realiseren. Ook van belang is het om te weten wat vrijwilligers motiveert om zich in te zetten. Inzet is namelijk een vereiste om een bijdrage te kunnen leveren aan het behalen van de doelen. Daarnaast is het handig om te weten wat vrijwilligers motiveert, zodat je ook weet hoe ze te behouden zijn voor de stichting. Om tot slot de hoofdvraag te kunnen beantwoorden is er inzicht nodig in de mening van de vrijwilligers. Wat vinden zij zelf dat zij nodig hebben om een bijdrage te kunnen leveren aan de doelstellingen. Dit is de reden voor de opgestelde deelvragen.

Hoofdstuk 2 Theoretisch kader

In dit hoofdstuk wordt een verkenning gegeven over de onderwerpen omtrent vrijwilligerswerk en andere relevante onderwerpen voor dit onderzoek. De meeste voorkomende de begrippen worden ook afgebakend.

Vrijwilligerswerk en -organisatie

Dit onderzoek gaat over de inzet van vrijwilligers bij de Stichting Alde Fryske Tsjerken, daarom is het zinvol om in kaart te krijgen wat er wordt verstaan onder vrijwilligerswerk. Vrijwilligerswerk is een breed begrip. Volgens de rijksoverheid (z.d.) is vrijwilligerswerk werk dat iemand onbetaald en onverplicht doet voor de samenleving of voor een ander. Daarbij zitten er volgens de overheid voorwaarden aan verbonden. In het algemeen geldt dat vrijwilligerswerk werk is dat in het algemeen of in maatschappelijk belang is. Er is geen winstoogmerk aan verbonden en vrijwilligerswerk kost de arbeidsmarkt geen banen en het komt niet in de plaats van een betaalde baan (Rijksoverheid, z.d.). Hieruit is op te maken dat vrijwilligerswerk los staat van de arbeidsmarkt, omdat het niet ten koste mag gaan van banen op de arbeidsmarkt en als onbetaald werk wordt beschouwd.

Woordenboek van Dale (2020) geeft aan dat vrijwilligerswerk “vrijwillig verricht, onbetaald werk” is.

De meest gehanteerde definitie van vrijwilligerswerk is opgesteld in 1980 door het toenmalige ministerie van VWS, toen vrijwilligersorganisaties te maken kregen met wet- en regelgeving. Deze definitie is “Werk dat onbetaald en onverplicht verricht wordt ten behoeve van andere of van (de kwaliteit van) de samenleving in het algemeen, in enig georganiseerd verband” (Klein Hegeman en Kuperus, 2004).

In alle gegeven definities komt naar voren dat er bij vrijwilligerswerk sprake is dat het uitgevoerde werk onbetaald en vrijwillig verricht wordt. Echter kan het ook zijn dat vrijwilligers wel een vergoeding krijgen voor het verrichte werk. In de wet is vastgesteld dat een vrijwilliger een onkostenvergoeding mag ontvangen (Gast et al., 2009, in De Vries, 2015). Vanuit de overheid wordt betaald vrijwilligerswerk niet gezien als betaald werk, als dat werk op zichzelf geen bron van inkomen is (Klein Hegeman en Kuperus, 2004). Verder is te zien dat de definitie van de rijksoverheid en het ministerie van VWS erg overeenkomen met elkaar. Beide geven ze aan dat het gaat om werk dat gedaan wordt voor een ander en voor de samenleving. Alleen het ministerie van VWS geeft ook aan dat er bij vrijwilligerswerk sprake is van “enig georganiseerd verband”. Hiermee wordt bedoeld dat vanuit een instantie of initiatief het vrijwilligerswerk uitgevoerd wordt. Bijvoorbeeld vanuit een vrijwilligersorganisatie of stichting zoals de Stichting Alde Fryske Tsjerken.

Movisie (2018) omschrijft het begrip vrijwilligersorganisatie als “Een vrijwilligersorganisatie is een met naam en adres genoemd, formeel of informeel georganiseerd verband van verschillende mensen dat met enige regelmaat bijeenkomt en/of activiteiten organiseert in het algemeen belang, waarbij alle inkomsten worden ingezet ten gunste van de doelstelling van de organisatie en waarbij de uitvoering van het primaire proces door vrijwilligers wordt gedaan en er geen verband bestaat tussen de verrichte werkzaamheden en de verdiensten van de vrijwilligers.”. Onder stichting wordt verstaan een organisatie die een maatschappelijk, sociaal of ideëel doel nastreeft en niet het doel om winst te maken. (KVK, z.d.). Deze definities komen overeen met hoe de Stichting Alde Fryske Tsjerken georganiseerd is. Daarom wordt deze definities in dit onderzoek gehanteerd als er gesproken wordt over een vrijwilligersorganisatie en stichting.

Voor dit onderzoek wordt voor vrijwilligerswerk de definitie van het ministerie van VWS gehanteerd: “Werk dat onbetaald en onverplicht verricht wordt ten behoeve van andere of van (de kwaliteit van) de samenleving in het algemeen, in enig georganiseerd verband” (Klein Hegeman en Kuperus, 2004).

Doelstellingen behalen

Door middel van strategisch management kan gerealiseerd worden dat doelstellingen bereikt kunnen worden. Strategisch management is namelijk volgens Desmidt en Heene (2005, in Desmidt & George, 2013) een centrale werkwijze waarmee je alle activiteiten en functies binnen een organisatie de richting op kan sturen van het realiseren van doelstellingen. Door een strategisch plan op te stellen kunnen de doelstellingen nog beter bereikt worden. Bij zo'n plan is het van belang dat alle betrokkenen inzicht hebben in het proces van het opstellen van de strategie en alles wat daarbij hoort. Dat alle betrokkenen dezelfde richting op gaan tijdens en na het proces van de strategiebepaling. Iedereen de doelstellingen en de centrale opdracht van de van de organisatie hetzelfde interpreteren en dus voor iedereen duidelijk is. Om vervolgens stappen te zetten in het maken van de strategie kan een SWOT-analyse uitgevoerd worden. Door deze analyse wordt in kaart gebracht wat succesfactoren zijn voor de organisatie en bedreigingen zijn, zowel van intern als extern. Op basis van deze gegevens kan het strategische plan ingericht worden. Hierdoor definieer je de organisatie in haar omgeving (Desmidt & George, 2013).

Vervolgens moet de missie en waarde ook verduidelijkt worden voor de betrokkenen. Deze bepalen namelijk wie een organisatie is en wil zijn. Voor de betrokkenen is dit van belang om te weten. Zo weten ze welke richting ze op moeten gaan en te handelen vanuit de denkwijze van de organisatie (Desmidt & George, 2013). De waarden van de organisatie kunnen hen inspireren en aan het denken zetten om doelen te bereiken (Berings, 2007). Ook is het van belang om de visie van een organisatie duidelijk te hebben. Iedereen weet wat voor toekomst de organisatie wil realiseren en ze zo weten welke rol de organisatie in de toekomst en samenleving wil innemen (Desmidt & George, 2013). Het is daarnaast van belang dat er een match is tussen de persoonlijke ambities van medewerkers en de gemeenschappelijke ambities van een organisatie. Zo kan de motivatie verbeterd worden en de arbeidsproductiviteit verhoogt (Rampersad, 2002 in Dona, 2005). Als de visie duidelijk is kan de visie beter gekoppeld worden aan dagelijkse activiteiten door het personeel. Vanuit hier kunnen ook stappen gezet worden om de visie, missie en waarden te volgen. Dit gebeurt in de vorm van een implementatieplan. Daar staat in hoe de doelstellingen daadwerkelijk gerealiseerd worden, welke acties ondernomen gaan worden. Dit plan moet worden geëvalueerd en bijgestuurd worden in de loop van de tijd, omdat er veranderingen kunnen opspelen waardoor het plan niet meer relevant kan zijn. Situaties en tijden veranderen, waardoor er aanpassingen gedaan moeten worden om doelen te kunnen blijven halen (Desmidt & George, 2013).

Begrippen afbakening

Om duidelijkheid te creëren over begrippen die in dit onderzoek genoemd worden, zijn van een aantal begrippen de definities omschreven. Deze definities worden gebruikt in dit onderzoek.

Ambassadeur

Een ambassadeur, ook wel een brand advocate genoemd, is iemand die optreedt als pleitbezorger van een product, merk of bedrijf. De ambassadeur kan iemand zijn die bij een bedrijf werkt maar kan ook iemand zijn die klant is bij het bedrijf. Wat ambassadeurs kenmerkt is dat ze niet alleen zelf tevreden zijn met een product, merk of bedrijf maar anderen daar ook op zullen wijzen.

Ambassadeurs zijn op die manier erg belangrijk voor een organisatie of stichting (Online Marketing Agency, Z.D.).

Intrinsieke motivatie

Bij intrinsieke motivatie hebben we het over motivatie die vanuit jezelf komt. Ben je intrinsiek gemotiveerd dan ben je met iets bezig omdat je dat zelf graag wilt en niet omdat je van buitenaf gemotiveerd wordt om datgeen te doen.

Extrinsieke motivatie

Extrinsieke motivatie is het tegenovergestelde van intrinsieke motivatie. Het duidt om de vorm van motivatie waarbij je iets doet omdat het moet van een ander of omdat er een externe prikkel is die je stuurt, bijvoorbeeld een fysieke beloning (Wij Leren, Z.D.).

Pyramide van Maslow

De pyramide van Maslow is opgedeeld in vijf fasen op hiërarchische volgorde. Het beschrijft vijf fasen wat een mens motiveert bij het vervullen van behoeften, daarom wordt deze piramide ook wel de behoeftepiramide genoemd. Deze piramide geeft aan dat mensen gemotiveerd zijn om eerst te voorzien in hun basisbehoeften voordat ze verder gaan met andere, meer vooruitstrevende behoeften (Luursema, 2010).

Hoofdstuk 3 Methodologie en onderzoeksopzet

In dit hoofdstuk wordt als eerst in tabel 1 weergegeven hoe het onderzoek is aangepakt. Er is een enquête afgenomen bij de plaatselijke commissie leden en er is gebruik gemaakt van deskresearch door middel van een literatuurstudie. Vervolgens wordt per deelvraag toegelicht wat gedaan is om deze te beantwoorden.

Niveau	Deelvraag	Onderzoeksmethode	Onderdeel
Micro	Wat motiveert vrijwilligers van de plaatselijke commissies om zich in te zetten voor de stichting Alde Fryske Tsjerken?	Deze deelvraag wordt beantwoord aan de hand van kwalitatief deskresearch. Ook wordt er gebruik gemaakt van kwalitatief en kwantitatief fieldresearch, namelijk door enquêtes af te nemen (respondenten N=18 van vrijwilligers van verschillende plaatselijke commissies)	Resultaten en conclusie
Micro	Hoe trekt men nieuwe (jonge) vrijwilligers aan voor de stichting Alde Fryske Tsjerken?	Deze deelvraag wordt beantwoord aan de hand van kwalitatief deskresearch. Door middel van wetenschappelijke artikelen, theorieën en modellen toe te passen. Daarnaast hebben wij een enquête uitgezet op sociale media onder jongeren (respondenten N=24 van jongeren vanuit sociale mediakanalen) ook hebben wij contact gezocht met vergelijkbare stichtingen (respondenten N=3 van vergelijkbare stichtingen)	Resultaten en conclusie
Micro	Wat hebben de vrijwilligers van de plaatselijke commissies nodig om bij te kunnen dragen aan de doelstellingen van de stichting Alde Fryske Tsjerken?	Deze deelvraag wordt beantwoord aan de hand van kwalitatief en kwantitatief fieldresearch, namelijk door een enquête te sturen naar vrijwilligers en gesprekken met te voeren met Hester, Rommie & Joke (respondenten N=18 vrijwilligers van verschillende plaatselijke commissies).	Resultaten en conclusie

Tabel 1. Toelichting onderzoeksmethode op de deelvragen

Toelichting onderzoeksmethode

Per deelvraag wordt toegelicht hoe het onderzoek is aangepakt, om de deelvraag te kunnen beantwoorden.

1. Hoe trekt men nieuwe (jonge) vrijwilligers aan voor de stichting Alde Fryske Tsjerken?

Om deze deelvraag te kunnen beantwoorden hebben wij als eerst informatie gezocht over de meest effectieve manier om (jonge) vrijwilligers te werven vanuit de literatuur en theorieën. Daarnaast is er gekeken naar wat voor jongeren wenselijk is, waarom zij zich willen inzetten als vrijwilliger en wanneer zij zich zouden willen inzetten als vrijwilliger. Dit onderzoek is verricht door middel van deskresearch. Om te bepalen hoe de stichting het werven van jongeren aan kan pakken is het ook nodig om te weten wat de huidige aanpak is van de stichting om nieuwe vrijwilligers te werven. Zo kan er inzichtelijk gemaakt worden waar verbeterpunten liggen. Dit is onderzocht door in gesprek te gaan met de opdrachtgevers (Hester, Rommie en Joke).

Er is ook gekeken hoe andere stichtingen vrijwilligers werven. Er zijn vragenlijstjes verstuurd via de mail aan gelijksoortige stichtingen. De vragen waren bedoeld om inzicht te krijgen in hoe zij nu vrijwilligers werven of hoe nieuwe vrijwilligers zich bij de stichting aansluiten. Door te kijken hoe andere iets doen kan de stichting ideeën opdoen. Het gaat hierbij om de Oude Zeeuwse Kerken, Het Drents landschap, Sociaal goud, It Fryske Gea, Stichting Tsjerkepaad, Groninger Kerken en Oude Gelderse Kerken. Van deze stichtingen is er antwoord gekregen van Het Drents Landschap, Oude Zeeuwse Kerken en Sociaal Goud. De antwoorden staan in bijlage 3.

Tot slot is er een enquête opgesteld om inzicht te krijgen in de belangstelling van jongere mensen op vrijwilligers werk. Hierdoor is er inzicht wanneer jongeren vrijwilligers werk willen doen of waarom niet. De stichting kan vanuit die antwoorden de wervingsstrategie aanpassen om zo meer jongeren naar zich toe te trekken. In de enquête zijn vragen gesteld over hoe, wanneer en waarom zij vrijwilliger worden bij een stichting. Deze enquête is gedeeld op LinkedIn en met kennissen (vrienden, klasgenoten, familie) van ons. De enquête staat in bijlage 2.

2. *Wat motiveert vrijwilligers van de plaatselijke commissies om zich in te zetten voor de stichting Alde Fryske Tsjerken?*

Deze deelvraag is beantwoord door middel van een enquête waarin we de meningen van vrijwilligers hebben gevraagd. Daarvoor hebben wij tien plaatselijke commissies benaderd. Hiervan waren vijf commissies actief en vijf commissies minder actief. Op die manier hopen wij een goed beeld te krijgen van de motivatie van de vrijwilligers. Deze 10 plaatselijke commissies zullen alle plaatselijke commissies representeren (J.Bakker, persoonlijke communicatie, 8 april 2021).

De data hebben wij verkregen door het afnemen van enquêtes bij vrijwilligers van de plaatselijke commissies. Deze vragenlijst staat in bijlage 1. De vragenlijst voor de enquête is opgesteld in overleg met Joke Bakker (impresariaat). Bakker heeft de enquête zelf verstuurd naar de plaatselijke commissies in verband met privacyregelingen (J.Bakker, persoonlijke communicatie, 8 april 2021). Hiermee werken wij ook samen met andere groepjes, zodat de plaatselijke commissies niet vijf verschillende enquêtes krijgen, maar slechts één. Bij deze enquête hebben wij het liefst dat alle vrijwilligers van deze plaatselijke commissies reageren, dan zouden wij in totaal 45 reacties ontvangen, echter hebben wij er in totaal 18 ontvangen (N=18).

3. *Wat hebben de vrijwilligers van de plaatselijke commissies nodig om bij te kunnen dragen aan de doelstellingen van de stichting Alde Fryske Tsjerken?*

De aanpak om deze deelvraag te beantwoorden is deels hetzelfde als bij de tweede deelvraag, alleen gaat het om een ander onderwerp. Voor het beantwoorden van deze deelvragen hebben we wederom de meningen van vrijwilligers over dit onderwerp nodig. Daarnaast moeten wij weten wat de doelstellingen zijn vanuit de stichting.

De manier waarop wij de gegevens hebben verkregen is hetzelfde als bij de tweede deelvraag. Wij hebben één vragenlijst gemaakt die wij aan de vrijwilligers van de plaatselijke commissies hebben gestuurd, met behulp van Joke Bakker. Daarin stonden vragen over de motivatie, doelstellingen en wat zij nodig hebben om de betreffende doelstellingen te kunnen realiseren. Wij zijn zelf achter de doelstellingen van de stichting gekomen door in gesprek te gaan met Hester en Rommie en de website van de stichting te raadplegen. Daarnaast hebben wij documenten ontvangen van de stichting waarin verdere informatie over de doelstellingen stond.

Hoofdstuk 4 Resultaten

Dit hoofdstuk laat zien welke resultaten behaald zijn door het onderzoek. Hierin worden de resultaten per deelvraag uitgewerkt. Elke deelvraag wordt beantwoord door middel van gevonden literatuur of vanuit antwoorden die we hebben vergaard vanuit de enquêtes passend bij de deelvraag. Dit zijn de enquêtes die staan in de bijlage 1 en 2. In dit hoofdstuk worden ook de resultaten verwerkt vanuit de mails die verstuurd zijn naar gelijksoortige stichtingen, bijlage 3.

4.1 Hoe trekt men nieuwe (jonge) vrijwilligers aan voor de stichting Alde Fryske Tsjerken?

Jonge vrijwilligers zorgen vaak voor nieuwe inzichten, hebben kennis van sociale media, zijn enthousiast, snel en leergierig. Uit de antwoorden van de stichting Zeeuwse kerken (persoonlijke communicatie, 4 mei 2021) staat een persoonlijke benadering centraal bij het werven van deze doelgroep. Deze persoonlijke benadering kan gerealiseerd worden door jongeren in contact te brengen met vrijwilligers die al actief zijn voor de stichting of door docenten in te zetten. Het inzetten van docenten gebeurt door middel van introductielessen en reguliere lessen op het voorgezet onderwijs en het mbo-onderwijs. De lessen gaan over cultureel erfgoed. Denk aan kerken, molens en boerderijen en zijn voornamelijk bedoeld om bekendheid te creëren en te enthousiasmeren. Zeeuwse kerken is bezig met de ontwikkeling van een cultureel programma voor het hbo-onderwijs en het wo-onderwijs. Door ook deze groeperingen erbij te pakken wordt er een groter deel van de doelgroep aangesproken (Zeeuwse kerken, persoonlijke communicatie, 4 mei 2021). Hierdoor kan er meer bekendheid gecreëerd worden voor een stichting.

De benaderbaarheid van een stichting is ook erg belangrijk. Jongeren zijn online zeer actief. Als stichting is het van belang hierop aan te sluiten. Stichtingen die periodieke tijdschriften uitbrengen zouden deze kunnen gaan moderniseren en digitaliseren om deze aantrekkelijker te maken voor jongeren. Ook zou de stichting sociale media kunnen inschakelen om jongeren te bereiken. Een medium als Instagram wordt gebruikt door grote getalen, maar ook Facebook en Twitter zouden nuttig zijn om de doelgroep te lokken.

Jongeren willen zich niet snel aan een stichting koppelen. Er ontstaat dan een gevoel van verplichting. Vaak is er bij jongeren behoefte aan kennis van de stichting en inzicht in de taken die daarbij gepaard gaan (Het Drents landschap, persoonlijke communicatie 6 mei 2021). Deze inzichten kunnen gerealiseerd worden door jongeren eerst in te zetten voor tijdelijke evenementen. Een voorbeeld hiervan is een Open Monumentdag. Tijdens een dergelijk evenement of een dergelijke open dag krijgt de jongere een goed beeld van wat er van hem of haar wordt verwacht. Is er na afloop een gevoel van enthousiasme ontstaan dan kan dit ervoor zorgen dat de jongere het besluit maakt zich aan te sluiten bij een gelijksoortige stichting.

Wanneer een jongere zich niet volledig als vrijwilliger wil inzetten en dus de structurele binding met de stichting niet een prettige gedachte vindt, zou de jongere alleen kunnen worden opgeroepen bij eerdergenoemde periodieke evenementen. Jongeren zouden zich dan kunnen inschrijven voor evenementen die ze aanspreekt in plaats van aan alle evenementen deel te nemen (Het Drents landschap, persoonlijke communicatie, 6 mei 2021). Uit de afgenomen enquête 'vrijwilligers belangstelling' (bijlage 2) is namelijk naar voren gekomen dat het grootste percentage van de jongeren 1 tot 5 uren per week wil besteden aan vrijwilligerswerk en dat tijd een doorslaggevende factor is voor het maken van de stap naar het uitvoeren van onbetaald werk.

4.2 Wat motiveert vrijwilligers van de plaatselijke commissies om zich in te zetten voor de stichting Alde Fryske Tsjerken?

Door middel van een enquête zijn de mening en ervaringen van de plaatselijke commissie leden (ook te noemen vrijwilligers) verkregen. De vragen van de enquête staan in bijlage 1. De enquête had als doel om een beter beeld te krijgen van de vrijwilligers in de plaatselijke commissies. Dus om onder

andere te achter halen wat hen beweegt, hoe zij kijken naar de doelstellingen, wat ze nodig hebben om de doelstellingen te realiseren, wat vinden ze leuk en minder leuk aan het vrijwilligerswerk en waarvoor ze zich al actief en minder actief voor inzetten. In totaal zijn er 18 reacties ontvangen op de enquête. Niet alle respondenten hebben alle vragen beantwoord, dus niet op iedere vraag zijn er daadwekelijk 18 antwoorden. In verhouding naar hoeveel mensen de enquête verstuurd is hebben wij relatief weinig reacties gekregen. De enquête is door het impresariaat van de stichting naar 45 mensen gestuurd. De vrijwilligers hadden drie weken de tijd om te reageren en in de tussen tijd is er nog een reminder gestuurd.

Motivatie om bij te dragen aan de stichting

Uit de enquêteresultaten blijkt dat de motivatie waarom de vrijwilligers actief zijn voor de stichting meerdere redenen heeft. De hoofdreden is dat zij het belangrijk vinden dat de kerken behouden blijven, net zoals de stichting dat belangrijk vindt. Onderstaande antwoorden tonen wat de vrijwilligers benoemd hebben op de vraag: Wat zijn uw beweegredenen om actief te zijn voor de stichting?

- 8 personen geven het antwoord dat ze het belangrijk vinden dat de kerk behouden blijft
- 3 personen geven aan dat ze de activiteiten leuk vinden om te doen
- 2 personen geven aan het belangrijk te vinden om betrokken te blijven in de samenleving en maatschappelijk werk te doen
- 1 persoon benoemde, zoals ook in het scientific article omschreven is, is dat hij/zij ze zelfontplooiing erg belangrijk vindt om vrijwilligerswerk voor de stichting te doen (Maslow)
- 1 persoon vindt het mooi, omdat diegene zelf een band met de kerk heeft
- 1 persoon geeft aan al een hele lang tijd koster te zijn bij een kerk en daarom actief is voor de stichting

Tijdsbesteding vrijwilligers

Uit de enquête is ook naar voren gekomen dat een gemiddelde vrijwilliger 1-5 uur per week besteedt aan het vrijwilligerswerk (met een score van 66,7%), zoals is te zien in figuur 1. Echter is er één vrijwilliger die 10-25 uur per week tijd kwijt is aan het vrijwilligerswerk en diegene geeft ook aan dat dit te veel is. Niemand geeft aan dat hij/zij vindt dat hij/zij te weinig tijd besteedt aan het vrijwilligerswerk bij de stichting, zoals is af te lezen in figuur 2.

Hoeveel tijd besteedt u per week aan het vrijwilligerswerk voor de stichting?

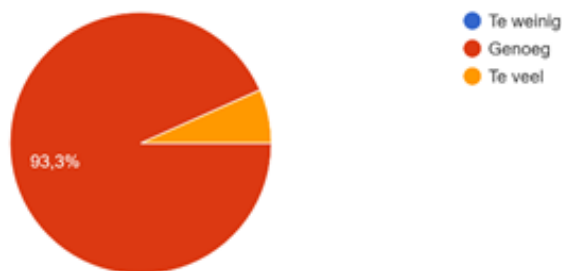
15 antwoorden



Figuur 1. Tijdsbesteding vrijwilligers voor de stichting.

Wat vindt u van de hoeveelheid tijd die in het vrijwilligerswerk zit?

15 antwoorden



Figuur 2. Beoordeling van vrijwilligers op hun tijdsbesteding.

Communicatie tussen de vrijwilligers en de stichting

Bijna iedere vrijwilliger die de enquête heeft ingevuld geeft aan dat de communicatie tussen de stichting en de vrijwilliger voldoende is, op twee vrijwilligers na. Eén daarvan geeft aan dat de communicatie in de coronaperiode aanzienlijk verminderd is, maar hoopt dat wanneer dit voorbij is de communicatie weer intensiever wordt. De andere vrijwilliger geeft aan dat zij zich als plaatselijke commissie prima redden, maar het wel leuk had gevonden om iets intensiever contact te hebben met de stichting.

Activiteiten die de vrijwilligers energie geven, dus motivatie verhogen

- 7 personen geven aan optredens, tentoonstellingen, muzikaal/cultureel programma, kerk openstellen, lezingen, concerten (kersconcert), theatervoorstellingen, feesten organiseren leuk te vinden (kortom, het organiseren van verschillende activiteiten)
- 3 personen geven aan catering leuk te vinden
- 3 personen vinden doorgaans alles wel leuk om te doen
- 1 persoon geeft aan het contact met artiesten en kunstenaars te leggen leuk is
- 1 persoon geeft aan het leuk te vinden om verbeteringen aan te brengen in de stichting
- 1 persoon geeft aan het klokluiden erg leuk te vinden
- 1 persoon geeft aan vitus passie leuk te vinden
- 1 persoon vindt het werven van nieuwe huurders voor rouw- en trouwdiensten leuk om te doen
- 1 persoon vindt het organiseren van preken voor de kerk leuk te vinden
- 1 persoon geeft aan andere mensen over de kerk te vertellen en dingen te laten zien leuk te vinden

Activiteiten die de vrijwilligers energie kosten, dus motivatie verlagen

- 3 personen geven aan het niet leuk te vinden als er geen belangstelling is en er bijna geen mensen op de georganiseerde activiteiten afkomen
- 2 personen geven aan de toren schoonmaken vervelend te vinden (1 keer per jaar)
- 2 personen vinden de schoonmaak niet leuk, waarvan één ook aangeeft onderhoudsklusjes niet leuk te vinden
- 1 persoon geeft aan het vervelend te vinden dat soms al het werk op een paar schouders komt te liggen, dus dat niet iedere vrijwilliger mee wil werken
- 1 persoon geeft aan het brievenwerk vervelend te vinden om contacten met derden te onderhouden

- 1 persoon geeft aan dat de verantwoordelijkheid en de financiële kant die komt kijken bij huurders van rouw- of trouwdiensten minder leuk te vinden
- 1 persoon vindt de begrafenis van (oud)inwoners van hun dorpen minder leuk, maar wel noodzakelijk

4.3 Wat hebben de vrijwilligers van de plaatselijke commissies nodig om bij te kunnen dragen aan de doelstellingen van de stichting Alde Fryske Tsjerken?

Om te weten wat de vrijwilligers nodig hebben om bij te kunnen dragen aan de doelstellingen van de stichting is het van belang om de doelstellingen uit een te zetten en te weten te komen hoe de vrijwilligers staan tegen over de doelstellingen. Dat zal dus worden toegelicht.

De doelstellingen van de Stichting Alde Fryske Tsjerken (2021) zijn:

1. Het herstel en de instandhouding vanuit historisch oogpunt van belangwekkende kerkgebouwen met aan- en toebehoren in de provincie Fryslân.
2. Het wekken van publieke belangstelling voor dergelijke kerkgebouwen.
3. Het geven van passende nieuwe functies aan de kerken, verankerd in de lokale samenleving, zodat de kerken gebruikt blijven worden, 'de stenen levend blijven'.

Hierbij zijn de eerste twee doelstellingen voor de stichting het belangrijkste. Het derde doel vloeit voort uit het eerste doel. Door het geven van nieuwe functies kan de kerk beter in stand gehouden worden. Het tweede doel kan bereikt worden door het geven van nieuwe functies aan de kerken. Zoals eerder beschreven wil de stichting graag dat deze doelstellingen behaald worden en nagestreefd worden door de plaatselijke commissies. Zij zijn de tussenpersonen die een grote rol spelen in het realiseren van de doelen. De stichting wil graag de vrijwilligers motiveren om de doelen op hun eigen manier na te gaan streven, door bijvoorbeeld het organiseren van activiteiten (H. Simons, persoonlijke communicatie, 25 maart 2021).

Doelstellingen in de ogen van de Plaatselijke Commissie leden

Uit de enquêteresultaten is naar voren gekomen dat de opvattingen van de vrijwilligers (n:17) over de doelstellingen van de stichting in grote mate overeenkomen met de daadwerkelijke doelstellingen. Alle vrijwilligers geven een of meer elementen aan van de daadwerkelijke doelstellingen. Er zijn geen antwoorden of doelen die helemaal los staan van de doelen van de stichting. Het merendeel van de vrijwilligers (86,7%) geven aan dat de doelen van de stichting zijn het behoud van de (monumentale Friese) kerken voor de toekomst. Dit komt overeen met de doelstelling "Het herstel en de instandhouding vanuit historisch oogpunt van belangwekkende kerkgebouwen met aan- en toebehoren in de provincie Fryslân." Door één vrijwilliger wordt ook benoemd het zorgdragen van het gebouw, dat het goed onderhouden blijft. Deze valt onder de 86,7%. Sommige vrijwilligers benoemde meerdere doelen in hun antwoord. Het zorgdragen en onderhouden van de kerk is ook een onderdeel van het eerste doel van de stichting. Door een ander wordt benoemd het in stand houden van de kerken, hun geschiedenis en hun omgeving. Dit past ook bij dit doel over de instandhouding van de kerkgebouwen en met name benadrukt dit de 'met aan- en toebehoren'. Het valt op dat er verschillende benamingen worden gegeven voor de kerken. De benamingen die gegeven worden zijn, 'oude monumentale kerken', 'eeuwen ouden gebouwen', 'mooie erfgoed', 'mooie kerken', 'oude kerken', 'kerkje', 'voorheen Godshuis' en 'historische kerkgebouwen'.

Ook geven veel vrijwilligers (46,7%) aan dat het doel van de stichting is het gebruiken en geven van nieuwe functies aan de kerken. Ze geven aan dat het doel van de stichting is passende activiteiten organiseren, de kerk gebruiken, herbestemming geven naar (culturele) activiteiten, kerkgebouwen multifunctioneel gebruiken en om in de kerken culturele aspecten op te voeren. 13,3% geeft in hun antwoord aan het levend houden van de kerken. Deze antwoorden verwijzen naar het doel "Het

geven van passende nieuwe functies aan de kerken, verankerd in de lokale samenleving, zodat de kerken gebruikt blijven worden, ‘de stenen levend blijven’”. In totaal geeft 60% een antwoord dat overeenkomt met die doel. Het gaat dan met name om het geven van nieuwe functies en het blijven gebruiken van de kerk. ‘Het verankeren in de lokale samenleving’ komt niet zo vaak expliciet terug in die antwoorden. Er wordt wel door een aantal gesproken over het in stand houden van het mooie erfgoed in het Friese landschap, het in stand houden van de omgeving van de kerk en dat de kerken voor de gemeenschap behouden moeten worden. Dit sluit enigszins aan bij het doel van de kerken te ‘verankeren in de lokale samenleving’. Dat gaat namelijk over de omgeving en gemeenschap waar in de kerk gevestigd is. De vrijwilligers zien in dat de kerk een rol speelt in de lokale samenleving. Dit komt ook terug in de beweegredenen van de vrijwilligers om actief te zijn binnen de stichting. Ze willen de kerk in hun dorp behouden, het hoort bij de geschiedenis van het dorp en de lokale samenleving.

Uit de antwoorden van de vrijwilligers valt op dat ze vooral (onderdelen van) de doelen “Het herstellen en de instandhouding vanuit historisch oogpunt van belangwekkende kerkgebouwen met aan- en toebehoren in de provincie Fryslân” en “Het geven van passende nieuwe functies aan de kerken, verankerd in de lokale samenleving, zodat de kerken gebruikt blijven worden, ‘de stenen levend blijven’” noemen als ze moeten aangeven wat de doelen van de stichting zijn. Het doel “Het wekken van publieke belangstelling voor dergelijke kerkgebouwen” wordt niet direct genoemd. Terwijl de stichting wel graag wil dat de kerken opengesteld worden voor publiek en zij bekend zijn met de stichting. Zo zouden ook eventueel nieuwe vrijwilligers en donateurs geworven worden. Iets waar de stichting constant naar op zoek is om te kunnen blijven bestaan (H. Simons, persoonlijke communicatie, 25 maart 2021). Als een vrijwilliger aangeeft dat het doel is (culturele) activiteiten organiseren in de kerken, dan kan dit gezien worden als het doel om belangstelling te wekken voor de kerken. Door het organiseren van activiteiten wordt belangstelling gewekt voor de kerken en de stichting. Dan geeft ook 46,7% een doel aan wat in overeenkomst is met het derde doel.

Mening over doelstellingen

Alle respondenten zijn het eens met de doelstellingen. Deze zijn in de enquête uitgezet en gevraagd om hun mening. Ze vinden de doelstellingen goed. Vrijwilligers gaven aan dat ze de doelstellingen herkennen in het beeld dat ze hebben van de stichting, dat die aan de orde komen in de stichting en het nobele doelen vinden.

Na streven doelen

Uit de enquête blijkt dat het grootste deel van de vrijwilligers vooral het doel na streeft van het geven van nieuwe functies aan de kerken door het organiseren van activiteiten. Van alle antwoorden op de vraag “welke doelstelling(en) streeft u na?” komt dit doel terug in negen daarvan. Wat betreft nieuwe functies wordt aangegeven dat het bijvoorbeeld gaat om een cultureel programma organiseren, exposities, zaalverhuur, bed & breakfast, concerten organiseren, kerkdiensten, huwelijken en begrafenissen.

In de antwoorden komt ook vaak terug dat de vrijwilligers zich inzetten voor het behoud van de kerk. Dit sluit aan op het doel “Het herstellen en de instandhouding vanuit historisch oogpunt belangwekkende kerkgebouwen met aan- en toebehoren in de provincie Fryslân”. Het behouden van de kerk gebeurt bijvoorbeeld door het organiseren van activiteiten en het zichtbaar en vindbaar maken van de kerk. Daarbij hoort ook de belangstelling trekken voor de kerken en de stichting. Dit doel wordt in gelijke mate met het behouden van de kerk benoemd na gestreefd te worden. Dus de vrijwilligers geven aan ook het doel na te streven van “het wekken van publieke belangstelling voor de kerkgebouwen”.

In figuur 3 is te zien in welke mate de vrijwilligers vinden dat zij zichzelf actief inzetten voor de doelstellingen. Hierbij konden zij een cijfer geven van 1 tot 5. 1 is daarbij geen actieve inzet en 5 hele erge actieve inzet. Van de respondenten geeft 33,3% aan dat zij vinden dat zij zich heel actief inzetten voor de doelen. Als toelichtingen werd hierbij gegeven dat ze vinden dat ze zoveel mogelijk doen om activiteiten te organiseren en te verhuren, het beste van zichzelf geven bij het organiseren van activiteiten en bijna altijd beschikbaar zijn voor beheerzaken en activiteiten. Hetzelfde percentage (33,3%) geeft aan meer dan gemiddelde actief inzet te tonen (4 bij de verdeling van 1 tot 5). 26,7% geeft zichzelf een 3 (gemiddeld) wat betreft de inzet voor de doelen. Een voorzitter geeft als toelichting bij dit cijfer dat hij “samen met de andere leden zoveel mogelijk passende activiteiten in de kerk probeert te organiseren, wij zien erop toe dat het gebouw in goede staat van onderhoud blijft en wij proberen door het organiseren van activiteiten de maatschappelijke aandacht voor het historische gebouw voor de omgeving levendig te houden. Bovendien proberen wij door de activiteiten de financiën op orde te houden”. Bij deze beoordeling wordt ook benoemd dat een vrijwilliger zich wel actief inzet voor de doelen, maar die niet helemaal kan bereiken doordat er geen publiek komt. Hierdoor kunnen ze het grote doel van de stichting, dat er mensen naar de kerken komen om die te gebruiken, niet realiseren. Ook wordt aangegeven dat tijd niet deelbaar. Tot slot geeft één vrijwilliger aan dat hij zich nu minimaal actief inzet vanwege corona. Daarbij wordt aangegeven dat er wel veel plannen zijn om de doelstellingen te gaan bereiken. Corona is een belemmerende factor om de doelstellingen te bereiken. Het grote deel van de vrijwilligers vindt dus dat zij zich actief inzetten voor de doelen van de stichting.



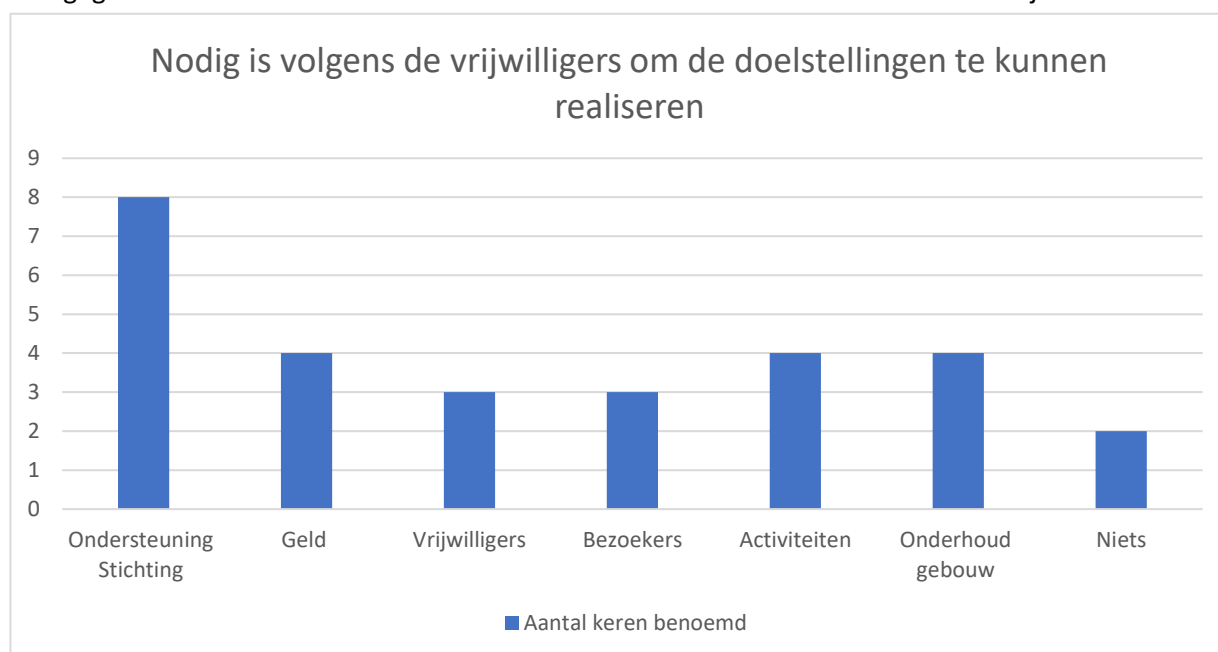
Figuur 3. Resultaat op de vraag “In welke mate vindt u dat u zich actief inzet voor de doelstellingen?”. R=15.

Het grootste deel van de respondenten (46,7%) vindt dat er geen doelstellingen zijn die ze niet of minder na streven. Zij vinden dus dat ze alle doelstellingen na streven. 26,7 procent weet niet welke doelen zij minder of niet na streeft. Ditzelfde percentage geldt voor de vrijwilligers die vinden dat er doelen zijn die ze minder of niet na streven. Hierbij gaat het erom dat ze bijvoorbeeld meer rondleidingen willen geven. Dit kan gezien worden onder het doel “Het geven van passende nieuwe functies aan de kerken, verankerd in de lokale samenleving, zodat de kerken gebruikt blijven worden, ‘de stenen levend blijven’”. Dit wordt nu minder gedaan, omdat er te weinig tijd voor is vanuit de vrijwilliger. Een ander doel wat door twee vrijwilligers minder wordt nagestreefd is het genereren van inkomsten. Dit gebeurt minder, doordat de kerken minder bezoekers hebben of

kunnen krijgen. Deze betalen geen grote bedragen voor de entree, waardoor de inkomsten laag blijven. Het gaat hierbij om de kerken Kleastertsjerke Koartehimmen en Wetsens. Een andere vrijwilliger vindt dat de kerk meer het centrum mag zijn van het dorp, er meer belangstelling voor mag zijn. Hij streeft dus het doel “Het wekken van publieke belangstelling voor dergelijke kerkgebouwen” in mindere mate na en vindt dat dit meer kan.

Benodigheden voor het nastreven van de doelen

Nu duidelijk is hoe de leden van de plaatselijke commissies aankijken tegen de doelstellingen en hoe zich daarvoor inzetten, kan er gekeken worden naar wat zij nodig hebben om deze doelstellingen (nog meer) na te streven. Hierdoor kan de deelvraag en uiteindelijk de hoofdvraag ook beantwoord worden. In figuur 4 is te zien wat de categorieën zijn wat de vrijwilligers nodig hebben. Daarin is te zien dat ondersteuning en/of begeleiding van de stichting het meeste genoemd wordt als benodigd. Wat betreft ondersteuning wordt aangegeven praktische ondersteuning bij onderhoud, beheer en technische zaken, kennis en financiële steun, steun bij het organiseren van activiteiten en verhuur, bijvoorbeeld hoe bruiloften en uitvaarten geregeld moeten worden, maar vrijwilligers geven ook aan steun nodig te hebben van de stichting zonder verdere toelichting. Door een vrijwilliger wordt aangegeven dat ze informatie zouden willen over de activiteiten van andere Plaatselijke Commissies.



Figuur 4. Resultaat op de vraag “wat heeft u nodig om de doelen te kunnen realiseren?”. R= 16.

Ten tweede is te zien dat geld, activiteiten en onderhoud aan het gebouw ook in grotere mate belangrijk is, willen de vrijwilligers de doelen kunnen realiseren. Het geld is nodig om de kosten van de kerk en de activiteiten te bekostigen. Een vrijwilliger geeft aan dat het moeilijker wordt om een redelijke entreprijs te hebben. Hieruit kan opgemaakt worden dat de huidige entreprijzen te laag zijn om alle kosten te bekostigen. Bij de activiteiten wordt aangegeven dat die nodig zijn om mensen kennis te laten maken en betrokken te houden bij de kerken en het werk van de stichting. Hierbij wordt ook het meedenken met activiteiten benoemd. Wat betreft het onderhoud wordt benoemd dat de stichting hierbij moet ondersteunen, dat er aanpassingen gedaan moeten worden aan de kerken om de doelen te kunnen realiseren en op tijd gekeken moet worden naar het onderhoud van het gebouw.

Als derde is te zien dat ook vrijwilligers en bezoekers benoemd worden. De een benoemt dit direct door aan te geven dat er voldoende bestuursleden en actieve mensen nodig zijn. De ander benoemt het indirecter. Daarbij wordt bijvoorbeeld aangegeven dat een plaatselijke commissie op vaste tijden activiteiten heeft zoals een begrafenisdienst of huwelijksdienst, zomervond-kerkdiensten en de 4 mei-viering.

Daarvoor zijn vrijwilligers nodig, anders kan het niet plaats vinden. Weer een ander geeft aan dat hij het belangrijk vindt dat de kerk in het dorp gezien wordt als een gezamenlijke verantwoordelijkheid. Vandaar dat er vrijwilligers nodig zijn. Bij bezoekers wordt direct genoemd dat er meer bezoekers nodig zijn. Iemand geeft aan dat er manieren gezocht moet worden om nieuwe groepen te bereiken. Er zijn ook vrijwilligers die niets nodig hebben. Dit komt, doordat bij hen net de kerk aangepast is naar hun wensen en alles aangeschaft is, waardoor ze de doelen kunnen realiseren.

Hoofdstuk 5 Conclusie

In de conclusie wordt antwoord gegeven op de deel- en hoofdvraag van dit onderzoek. Dit is gedaan door het trekken van conclusies uit de resultaten van het veld- en literatuuronderzoek. Deze worden met elkaar gekoppeld in dit hoofdstuk. Vanuit de conclusies op de deelvragen is er een conclusie beschreven wat de vrijwilligers beperkt om een bijdrage te leveren aan de doelstellingen van de stichting. Dit is het probleem binnen de stichting met betrekking tot de doelstellingen en is dus wat aangepakt moet worden.

Werven van (jonge) vrijwilligers

Concluderend uit de resultaten kun je stellen dat de jongeren doelgroep indirect benaderd kan worden door gebruik te maken van sociale media zoals Twitter, Facebook en Instagram. Voor alle sociale media geldt dat het inzetten van beelden vaak het meest oplevert. Door in filmpjes of door het plaatsen van foto's te laten zien wat de organisatie doet kun je de positieve aspecten van de organisatie belichten. Vooraf moet ook goed bedacht worden welke wervingsboodschap geschikt is voor het type vrijwilliger waarnaar de stichting op zoek is (Roza, 2009). Digitaal uitgebrachte periodieke tijdschriften zullen eerder gelezen worden door jongeren dan gedrukte periodieke tijdschriften.

Direct kunnen jongeren benaderd worden voor vrijwilligerswerk door introductielessen of lezingen te geven op het middelbaar onderwijs, het mbo-onderwijs, het hbo-onderwijs en het wo-onderwijs. Als je je meer wilt richten op deze groep jongeren is het van belang dat de nadruk wordt gelegd op de waarde van vrijwilligerswerk op de Cv's van de studenten. Dit kan studenten over de streep trekken om zich aan te melden voor vrijwilligerswerk (Luursema, 2010). Voor het geven van introductielessen of lezingen zouden vrijwilligers van de stichting zelf ingezet kunnen worden als ambassadeurs. Wanneer de al bestaande vrijwilligers op scholen met veel blijdschap en enthousiasme vertelt over zijn of haar werk dan kan het zijn dat de studenten geprikkeld worden zich aan te melden voor het vrijwilligerswerk of andere vertellen over de stichting (Platform Vrijwillige Inzet, Z.D.).

Een jongere wil zich pas binden aan een stichting wanneer het voor hem of haar duidelijk is wat het takenpakket is en welke verwachtingen er zijn. Deze kennis zou op verschillende manieren vergaard kunnen worden. De jongere zou een dag mee kunnen lopen tijdens een evenement om ervaringen op te doen. Bij een positieve ervaring is het mogelijk dat de jongere besluit zich te binden aan de stichting. Je zou dan spreken van een snuffel periode (Vrijwilligers aan zet, Z.D.). Een andere manier om informatie te winnen over het betreffende vrijwilligerswerk is het inzien van de functiebeschrijving (Luursema, 2010).

Weerstand tegen het structureel binden aan een stichting kan bij jongeren ontstaan door een gebrek aan tijd. Een manier om hier mee om te gaan is door te werken met inschrijving. Een jonge vrijwilliger kan dan zelf kiezen voor welk evenement hij of zij zich in wil zetten. Op die manier kan de jonge vrijwilliger zijn of haar kostbare tijd naar wens indelen.

Motivatie vrijwilligers

Naast dat het een doel van de stichting is om de kerkgebouwen te willen behouden, is dit vaak bij de vrijwilligers ook de hoofdreden om zich in te zetten voor de stichting Alde Fryske Tsjerken. Ook worden er veel redenen benoemd door de vrijwilligers, wat te koppelen is aan de motivatietheorie van Maslow, zoals omschreven is in het scientific article. Ze benoemen namelijk redenen, zoals zelfontplooiing en betrokken (sociale acceptatie) blijven in de samenleving. Dit zijn niet-financiële aspecten die mensen van belang vinden tijdens het uitvoeren van werkzaamheden en juist daarom ook van belang zijn voor deze vrijwilligers (Luursema,2010).

Verder is te concluderen dat het grotendeel van de vrijwilligers hun energie haalt uit het organiseren van evenementen in de kerkgebouwen. Echter moet er wel genoeg belangstelling voor de evenementen zijn anders daalt het energieniveau/motivatie van de vrijwilligers weer, omdat ze hierdoor het gevoel krijgen dat ze er voor niks staan. Het is vastgesteld dat het krijgen van geen waardering voor hun moeite, ze behalen het gewenste resultaat niet, de motivatie af neemt (van Broeck en Braet, 2011). Dat is hier ook het geval.

De catering wordt ook meerdere malen als een leuke taak genoemd, waarbij het schoonmaken en onderhouden van het kerkgebouw juist als minder leuke taken wordt gezien.

Wat naar voren komt is dat het van belang is om vrijwilligers in hun tijdsbesteding vrij te laten, tussen de 1-5 uur, zodat zij tevreden blijven en niet "te veel" moeten doen en tijd kwijt zijn. Als dat het geval is kan de motivatie dalen of het plezier weggenomen worden. Uit de twee verschillende enquêtes is naar voren gekomen dat mensen gemiddeld 1-5 uur per week (willen) besteden aan vrijwilligerswerk. Hierdoor kan het vrijwilligerswerk bij de stichting Alde Fryske Tsjerken aantrekkelijk zijn.

Het is belangrijk om als stichting de communicatie met de vrijwilligers/plaatselijke commissies goed te blijven onderhouden juist in deze coronaperiode, om hen tevreden te houden. Hierdoor kan ook het gevoel van waardering en betrokkenheid naar de vrijwilligers op gewerkt worden. Daardoor kan de motivatie stijgen of op pijl blijven (van Broeck en Breat, 2011).

Doelen stichting

Vanuit de resultaten kan antwoord gegeven worden op de vraag in welke mate de vrijwilligers van de plaatselijke commissies op de hoogte zijn van de doelen. Deze vraag staat niet centraal benoemd in het onderzoek, maar is in enige mate wel van belang om te weten hoe de hoofdvraag beantwoord kan worden. Door het bevragen van de plaatselijke commissie leden is naar voren gekomen dat zij vooral bewust zijn van feit van het doel van de stichting het behouden, in standhouden, beheren en onderhouden van de oude momentele kerken in Friesland, zijn geschiedenis en omgeving. Daarnaast het gebruiken van de kerken en de kerken nieuwe functies geven en/of die coördineren. Met deze activiteiten houden zij zich ook het meest mee bezig. In minder maten worden elementen benoemd die betrekking hebben op het wekken van belangstelling voor de samenleving, of de volgende generaties, de gemeenschap, gastvrijheid of waardering voor de monumenten.

Uit het onderzoek komt dus naar voren dat de doelen "Het herstel en de instandhouding vanuit historisch oogpunt van belangwekkende kerkgebouwen met aan- en toebehoren in de provincie Fryslân." en "Het geven van passende nieuwe functies aan de kerken, verankerd in de lokale samenleving, zodat de kerken gebruikt blijven worden, 'de stenen levend blijven'" het meest bekend zijn bij de vrijwilligers en nagestreefd worden. Elementen van deze doelen worden het meest benoemd door de vrijwilligers. Over het algemeen vinden de vrijwilligers dat zij zich actief inzetten voor de stichting en haar doelen. Ook vinden zij de doelen van de stichting goed en herkennen ze de doelen in het doen en laten van de stichting.

Uit de resultaten van dit onderzoek blijkt dat vrijwilligers niet zo bewust zijn van het doel "Het wekken van publieke belangstelling voor dergelijke kerkgebouwen.". Direct wordt dit amper genoemd. Met het organiseren van activiteiten wordt natuurlijk ook publieke belangstelling gewekt, maar uit de antwoorden komt niet naar voren dat de meeste vrijwilligers hier actief mee bezig zijn. Het is echter wel nodig dat de ambitie van de vrijwilligers als individu en de gemeenschappelijke ambities overeenkomen wil je ze bereiken en de inzet verhogen (Rampersad, 2002, in Dona). Er zijn enkele die wel aangeven dit doel na te streven. Dat is opvallend, omdat niemand het wekken van

belangstelling benoemd als doel, als naar de doelen gevraagd wordt. Een verklaring hiervoor kan zijn dat een plaatselijke commissie door de stichting omschreven wordt als een groep vrijwilligers waarvan de taken zijn het beheren van de kerk op lokaal niveau, het openstellen van de kerken en organiseren van activiteiten (Alde Fryske Tsjerken, z.d.). Het kan zijn dat ze zich niet zo bewust zijn van het feit dat ze specifiek belangstelling moeten wekken voor de kerken en de stichting. Terwijl dit wel een doelstelling is van de stichting. Daarnaast zou het kunnen zijn dat de vrijwilligers het wekken van belangstelling vinden vallen onder het organiseren van activiteiten en gebruiken van de kerk. Dit is niet duidelijk.

Om vervolgens antwoord te geven op de deelvraag “wat hebben de vrijwilligers van de plaatselijke commissies nodig om bij te kunnen dragen aan de doelstellingen van de stichting Alde Fryske Tsjerken?” kan geconcludeerd worden dat het meest noodzakelijk ondersteuning van de stichting op het gebied van kennis, geld, bij het onderhoud, technische zaken en organiseren van activiteiten nodig is. Vervolgens is geld, activiteiten en onderhoud van de kerken nodig volgens de vrijwilligers. In mindere mate zijn volgens de vrijwilligers, vrijwilligers en bezoekers nodig om de doelstellingen te bereiken. Er is maar een klein deel, 12,5%, heeft momenteel niks nodig, omdat alles bij de kerk goed geregeld is. Naast deze zaken kan uit de andere resultaten met betrekking tot de doelen ook geconcludeerd worden dat het nodig is om explicieter duidelijk te maken dat de stichting publieke belangstelling wil wekken voor de kerken en de stichting. Het is van belang dat alle betrokkenen bij de stichting weten wat de stichting wil na streven. Daardoor weten vrijwilligers te handelen vanuit de denkwijze van de stichting, waardoor iedereen dezelfde kant op gaat. Dan kunnen de doelen bereikt worden (Desmidt & George, 2013).

Conclusie hoofdvraag

Vanuit de conclusies op de deelvragen kan een conclusie getrokken worden om de hoofdvraag *Op welke manier kunnen de plaatselijke commissies bijdragen aan het behalen van de doelen van de stichting Alde Fryske Tsjerken?* te beantwoorden. Daarbij wordt als eerst gekeken naar de belemmerende factoren bij deze vraag. Die kwamen namelijk duidelijk naar voren in dit onderzoek. Uit dit onderzoek is op te maken dat er een aantal belemmerende factoren zijn. De grootste belemmerende factor is dat de vrijwilligers in mindere mate op de hoogte zijn dat zij medeverantwoordelijk zijn voor het wekken van publieke belangstelling voor de kerken en de stichting. Terwijl bekendheid creëren belangrijk is voor de stichting. Daardoor kunnen bezoekers komen naar de kerken en vrijwilligers getrokken worden. Zonder bekendheid kan de stichting niet blijven bestaan. Deze factor kan dus een reden zijn dat er weinig bezoekers komen naar de activiteiten die georganiseerd worden. Vrijwilligers geven aan dat zij dit jammer vinden. Daardoor neemt de motivatie van de vrijwilligers af.

Door de mindere aandacht aan het wekken van belangstelling is het lastiger om de doelstellingen van de stichting na te streven. Als iets niet bekend is bij mensen zullen ze het niet doen. Voor de huidige vrijwilligers is het van belang dat zij weten wat er van hen verwacht wordt. Alleen dan kunnen zij doelen realiseren (Desmidt & George, 2013). Zoals zij ook aangeven willen zij kennis en ondersteuning krijgen vanuit de stichting om de doelen te kunnen bereiken. Ook blijkt uit het onderzoek dat het voor jonge mensen belangrijk is dat ze inzicht hebben in wat het vrijwilligerswerk inhoudt en wat er van hen verwacht wordt. Zij willen een beeld ervan hebben en ervaring op doen. Daardoor kunnen zij bepalen of zij zich aansluiten bij een bedrijf of stichting. Dat heeft ook te maken met de tijdbesteding, die vaak klein is bij jonge mensen.

Er kan geconcludeerd worden uit het gehele onderzoek dat het voor de vrijwilligers nodig is dat aan hen meer bekend wordt gemaakt wat er van hen verwacht wordt. Op die manier kunnen zij een grotere bijdrage leveren aan de doelstellingen van de stichting. Hierdoor kunnen er meer bezoekers

en nieuwe vrijwilligers aangetrokken worden, die nodig zijn om de doelen te realiseren. Ook om nieuwe vrijwilligers aan te trekken is het van belang dat er meer bekendheid wordt gecreëerd over de stichting en het vrijwilligerswerk. Daarnaast is volgens de vrijwilligers ondersteuning vanuit de stichting van belang om een grotere bijdrage te kunnen leveren aan de doelen. Dit is op het gebied van kennis, geld, organiseren van activiteiten, technische zaken en onderhoud.

Hoofdstuk 6 Beroepsproduct en advies

In dit hoofdstuk wordt toegelicht hoe de beroepsproducten tot stand zijn gekomen. Vanuit daar wordt de beroepsproducten uitgewerkt en wordt het advies gegeven. Dit is allemaal ontstaan vanuit de resultaten en conclusies van dit onderzoek.

Criteria 's beroepsproduct

Er is met de opdrachtgever in gesprek gegaan om te zorgen dat het product, dat vanuit dit onderzoek opgeleverd wordt, aansluit op hun behoefte. Om dit te achterhalen zijn er vragen gesteld aan de hand van de MoSCoW methode (Mulder, 2017). Daaruit kwam naar voren dat de stichting door dit onderzoek te weten wil komen wat voor acties zij kunnen gaan ondernemen om de bijdrage van de vrijwilligers voor de doelstellingen van de stichting te vergroten. De stichting wil daarbij concrete, bruikbare adviezen, die op handelingsniveau zijn. De ideeën die zij zelf hadden was bijvoorbeeld om een boekje of handleiding te krijgen hoe zij om kunnen gaan met situaties. Zij gaven ook aan dat ze benieuwd zijn wat wij denken dat een geschikte oplossing/advies is. Daarnaast wil de stichting door dit onderzoek meer inzicht krijgen in de doelgroep, de vrijwilligers. Een advies is voor de stichting niet bruikbaar als het advies te globaal is, zij niet concreet actie kunnen ondernemen door hen advies. De opdrachtgever had verder geen eisen aan het product wat opgeleverd gaat worden (H. Simons, persoonlijke communicatie, 25 mei 2021).

Tot stand komen van het beroepsproduct en advies

Vanuit de resultaten en de antwoorden op de deelvragen is gekeken naar de conclusie van het onderzoek. Er werd gekeken naar wat er nodig is om de vrijwilligers van de plaatselijke commissies een grotere bijdrage te laten leveren aan de doelstellingen van de stichting. Wanneer hier een antwoord op is gevonden wordt daarmee de hoofdvraag beantwoord. Dankzij het onderzoek is inzichtelijk geworden wat momenteel de belemmeringen voor de vrijwilligers zijn om bij te dragen aan het behalen van de doelen van de stichting en wat er voor nodig is deze belemmeringen weg te werken. Dit is beschreven in de eindconclusie. Wil men weten wat er nodig is om de vrijwilligers bij te laten dragen aan de doelen van de stichting dan moet er ook gekeken worden naar wat er in de huidige situatie het doel belemmerd. Deze belemmering moet vervolgens verminderd worden om zo het gewenste doel te bereiken.

Vanuit de belemmerende en benodigde factoren hebben wij gekeken wat de stichting zou kunnen doen om het vraagstuk van dit onderzoek aan te pakken. Wij hebben gebrainstormd en zijn tot mogelijke oplossingen gekomen. Daarbij hebben wij rekening gehouden met de criteria van de opdrachtgever. Wij kwamen uit op de volgende ideeën:

Mogelijke adviezen/ beroepsproducten

1. Meer bekendheid creëren op sociale media om (jonge) vrijwilligers te trekken. Dit kan ook bedoeld zijn om mensen te trekken naar georganiseerde evenementen, zodat de vrijwilligers waardering krijgen voor hun werk en gemotiveerd blijven om activiteiten te organiseren
2. Een functiebeschrijving maken, zodat jongeren/potentiële vrijwilligers weten wat er van hen verwacht wordt. De functiebeschrijving moet gebaseerd zijn op 1-5 uur per week en in de functiebeschrijving moeten elementen van zelfontplooiing benoemd worden, omdat dit een factor is die voor veel jongeren als belangrijk wordt gezien.
3. Inzetten op marketing wat betreft de georganiseerde evenementen om zo bepaalde doelgroepen beter te kunnen bereiken.
4. Lesprogramma's aanbieden op scholen in het middelbaar onderwijs, het hoger onderwijs en het universitair onderwijs. Hierdoor kunnen jongeren geënthousiasmeerd

worden om een bijdrage te leveren aan de stichting en wordt er meer naamsbekendheid gecreëerd.

5. Het onderhouden van een goede communicatie met de vrijwilligers. Dit zorgt voor meer betrokkenheid en waardering voor het werk dat de vrijwilligers doen. Daarnaast zou er via een juiste communicatie meer ondersteuning kunnen worden geboden bij technische zaken.
6. Een informatieboekje maken voor (nieuwe) vrijwilligers waarin staat wat de stichting van de vrijwilligers verwacht. De doelstellingen, voorbeelden van taken, informatie hoe ze taken kunnen aanpakken, contactpersonen etc. Hierdoor weet iedere vrijwilliger wat er van hem of haar wordt verwacht en is de kans dat de doelen nagestreefd worden groter.

Hierbij hebben wij daarna kritisch gekeken wat echt geschikte en realistische ideeën en oplossingen zijn voor het vraagstuk. Wij kwamen tot de conclusie dat het geven van lezingen, het maken van een informatieboekje, een functiebeschrijving en meer bekendheid creëren op sociale media het beste zijn. Door deze producten en interventies kan er meer bekendheid gecreëerd worden voor de doelen en de stichting onder de vrijwilligers en bij het publiek. Uit het onderzoek blijkt dat dat nodig is. Idee nummer 5 viel af, omdat de stichting eigenlijk al veel contact heeft met de plaatselijke commissies en de betrokkenheid en waardering geen probleem is. Uit antwoorden van de enquête onder de plaatselijke commissie blijkt dat ze tevreden zijn over de communicatie en samenwerking met de stichting. Idee 3 valt ook af, omdat dit overeenkomt met idee 1.

Voor het advies gaan wij de ideeën van het maken van een informatieboekje, functiebeschrijving en lezingen op scholen uitwerken. Het idee van bekendheid creëren op sociale media werken wij niet uit, omdat een andere onderzoeksgroep zich al bezighoudt met employer branding en de stichting ook al actief is op sociale media.

Uitwerking beroepsproducten

Functiebeschrijving

Ons advies voor Stichting Alde Fryske Tsjerken is dat zij een functieprofiel gaan maken voor de vrijwilligers waar ze naar op zoek zijn. Vrijwilligers willen graag net als bij een betaalde baan, weten wat ze moeten doen en wat voor competenties hiervoor nodig zijn. Daarnaast vinden (jongere) mensen het vooral belangrijk dat het nut heeft voor hun eigen cv, maar ook de sfeer moet goed zijn, wil men langer vrijwilligerswerk uitvoeren (Schuyt & Gouwenberg, 2005). Ook de tijd die besteedt moet worden is noodzakelijk om te benoemen. De inhoudt van de functieomschrijving speelt een belangrijke rol en dient specifiek te zijn (de Beck, 2014). Daarnaast kan Stichting Alde Fryske Tsjerken benoemen dat er van de vrijwilligers verlangd wordt de doelstellingen van de stichting na te streven.

Wat er in ieder geval in het functieprofiel opgenomen dient te worden is:

- De taken die de vrijwilliger uit moet voeren
- Waar de vrijwilliger bevoegd en verantwoordelijk voor wordt
- Bij welke kerk(en) de vrijwilliger het vrijwilligerswerk uit moet/ kan voeren (plaats)
- Het aantal uur wat de vrijwilliger per week gemiddeld kwijt is (dit zal 1-5 uur moeten zijn)
- Eventuele kennis/competenties waarover de vrijwilliger moet beschikken of gewenst is
- Beloningen/ voordelen (bijvoorbeeld, gratis deelname aan georganiseerde evenementen, zelfontplooiing)
- Doelstellingen benoemen die de stichting nastreeft en aangeven dat ze wensen dat de vrijwilliger ook de doelstellingen nastreeft en aan bijdraagt.

Kosten en baten

De kosten die verbonden zijn aan dit product is dat het tijd kost om een functiebeschrijving voor een vrijwilliger te maken. De kosten zijn in principe het aantal uren dat een medewerker van de stichting Alde Fryske Tsjerken nodig heeft om een functiebeschrijving op te zetten, dus kosten zijn het uurloon van de medewerker.

De baten bij dit advies, dus wat het oplevert, is dat je de geschikte vrijwilligers werft die nodig zijn bij de stichting om verjonging te creëren, maar ook om actieve vrijwilligers te vinden, waar de stichting belang bij heeft.

Informatieboekje

Het tweede advies en beroepsproduct is om een informatieboekje of -formulier te maken voor (nieuwe) vrijwilligers. In het informatieboekje of -formulier kan komen te staan:

- De doelstellingen van de stichting
- Wat de stichting verwacht van de vrijwilligers wat betreft taken en verantwoordelijkheden
- Een gedragscode. Hierin kan de stichting richtlijnen geven hoe ze willen dat de vrijwilliger zich gedragen naar buiten toe (bezoekers).
- Belangrijke contactpersonen met hun gegevens, die de vrijwilligers kunnen benaderen voor vragen. Dit is handig dat dit overzichtelijk is weergegeven voor de vrijwilligers

Dit product kan dan gegeven worden aan de nieuwe (en huidige) vrijwilligers die zich aansluiten bij een plaatselijke commissie van de stichting. Daardoor zijn zij op de hoogte van alle informatie waar zij over moeten beschikken en is er voor hen meer duidelijkheid. Dit product kan vergeleken worden met een personeelshandboek, daarop is dit advies ook gebaseerd. De kans is hierdoor groter dat zij een goede bijdrage kunnen leveren aan de doelstellingen van de stichting en hun werk nog beter uit kunnen voeren. Uit het onderzoek blijkt namelijk dat zij niet op de hoogte zijn van alle doelstellingen, vooral niet van het doel "het wekken van publieke belangstelling voor dergelijke kerken". Dat heeft meerdere nadelige gevolgen voor de stichting en plaatselijke commissies, zoals is beschreven in de conclusie. Door dit product kan dit 'probleem' waarschijnlijk voor een grootdeel opgelost worden.

Om een duidelijker beeld te krijgen van dit product is er gekeken naar andere vrijwilligersorganisatie. Daarbij is een infoboekje van de vrijwilligersorganisatie 'Samen doen' (z.d.) gevonden. Dit geeft een beeld van wat er met dit product bedoeld wordt.

Kosten en baten

De kosten van dit product zijn voor het maken van het informatieboekje of -formulier. Door het bureau of bestuur moet bepaald worden wat er daadwerkelijk in komt te staan, welke concrete informatie. Ook kunnen er kosten komen bij het ontwerpen en ontwikkelen van het product, denk aan de vormgeving. De kosten zijn afhankelijk van waar het boekje ontwikkeld wordt. Als dit gedaan wordt bij een extern bedrijf zal het duurder zijn dan als een medewerker van het bureau het maakt. Dan moeten er alleen personeelskosten betaald worden. Als het product ontworpen is moet het gedrukt of geprint worden, daarbij zijn enkele kosten verboden. De kosten zijn afhankelijk van de kwaliteit, aantal afdrucken en waar het gedrukt/geprint wordt. Bij een officiële drukkerij is het waarschijnlijk duurder dan als het op kantoor geprint wordt. Hierbij moet er rekening gehouden worden dat er veel boekjes opgeleverd moeten worden, omdat de stichting veel (400) vrijwilligers heeft (H. Simons, persoonlijke communicatie, 9 maart 2021).

De baten bij dit product zal zijn dat vrijwilligers meer weten wat de bedoeling is dat zij moeten doen. Hierdoor is de kans groter dat zij een grotere bijdrage leveren aan alle doelstellingen. Daardoor kunnen die gerealiseerd worden voor de stichting. Dat levert voordelen op voor de stichting.

Bijvoorbeeld dat de kerken meer gebruikt worden, meer activiteiten georganiseerd worden, meer belangstelling en bekendheid wordt gecreëerd voor de kerken en stichting, waardoor er meer bezoekers kunnen komen. Dat kan weer zorgen voor meer inkomsten voor de stichting en wellicht worden er meer mensen geënthousiasmeerd om zich aan te sluiten bij de stichting als vrijwilliger of donateur. Op zowel de korte als de lange termijn kan dit product veel voordelen opleveren voor de stichting.

Lesprogramma Alde Fryske Tsjerken

Wij raden de stichting aan om lesprogramma's in te zetten. Wanneer stichting Alde Fryske Tsjerken lesprogramma's gaat aanbieden op middelbare scholen en het hoger onderwijs brengen zij de stichting onder de aandacht en trekken zij wellicht nieuwe jonge vrijwilligers aan voor de stichting.

Volgens de site van Alde Fryske Tsjerken (Z.D.) worden lezingen momenteel verzorgd door bestuursleden of leden van de excursiecommissie. Uit onderzoek is gebleken dat het inzetten van ambassadeurs voor bijvoorbeeld lesprogramma's vaak ook mooie resultaten opleveren. Het gaat hier om vrijwilligers die al actief zijn voor de stichting en graag hun steentje bij willen dragen bij het zoeken van nieuwe vrijwilligers. Deze ambassadeurs hebben een goed beeld van de stichting en zouden de jongeren veel bij kunnen brengen over wat de stichting precies doet en welke taken er als vrijwilliger van de stichting uitgevoerd moeten worden. De ambassadeur moet een enthousiaste verteller zijn die het geen probleem vindt voor een grote groep jongeren te staan (Platform vrijwillige inzet, Z.D.)

Het lesprogramma zal gaan over cultureel erfgoed, en dan met name de kerken in Friesland, en over de stichting Alde Fryske Tsjerken. Voor het opzetten van het lesprogramma dienen een aantal stappen uit het didactisch analyse model behandeld te worden:

- De beginsituatie moet in kaart worden gebracht (Hoe groot is de klas? Wat is de leeftijd van de studenten en/of leerlingen? Wat is het niveau van de klas? Wat weet de klas al over cultureel erfgoed of de stichting?)
- Er moeten SMART (specifiek, meetbaar, aanvaardbaar, realistisch en tijdsgebonden) doelen worden opgesteld die beschrijven welke kennis de jongeren opgedaan hebben aan het eind van de les
- Er moeten werkvormen worden gekozen die de jongeren aanspreken. Wat voor jongeren het best werkt zijn interactieve werkvormen zoals interactievormen, spelvormen en opdrachtvormen (Eventbrite, 2019).
- Er moet een evaluatie instrument gebruikt worden waarmee getest kan worden of de jongeren de bedoelde kennis hebben opgedaan. Kahoot is hier een geschikte manier voor die bij veel jongeren in trek is (VCUtrecht, 2020).

De lesprogramma's zullen worden gegeven op middelbare scholen en het hoger onderwijs in de provincie Friesland. De lesprogramma's zullen worden gegeven aan personen tussen de 12 en 25 jaar oud.

Kosten en baten

Het opzetten van de lesprogramma's zal voornamelijk tijd in beslag nemen. Het geven van de lesprogramma's zal wederom tijd in beslag nemen en hier komen ook benzinekosten bij kijken, omdat er van de 1 naar de andere school gereisd moet worden.

De lesprogramma's leveren de stichting bekendheid op en wellicht nieuwe jonge mensen die zich willen aansluiten bij de stichting. Daarnaast vraagt de stichting momenteel al 75 euro om een lezing te geven hier zouden de kosten van de benzine mooi in verwerkt kunnen worden. Voor het

aanbieden van een lesprogramma op de middelbare scholen of het hoger en universitair onderwijs zou tevens 75 euro gevraagd kunnen worden (Alde Fryske Tsjerken, z.d.).

Advies

Het advies vanuit dit onderzoek is dat wij Stichting Alde Fryske Tsjerken aan raden om meer aandacht te besteden aan het creëren van bekendheid van de stichting en activiteiten naar de buiten wereld en de doelen naar de vrijwilligers toe. Dit kan gedaan worden door de ontworpen beroepsproducten. Wij raden de stichting Alde Fryske Tsjerken dan ook aan om aan de slag te gaan met een van de beroepsproducten of allemaal. Dus bijvoorbeeld met het opstellen van een functiebeschrijving waarin duidelijk staat beschreven wat de taken van de vrijwilliger zijn, waar de vrijwilliger verantwoordelijkheid over krijgt, het aantal uur dat de vrijwilliger kwijt is en dergelijke. Het opstellen van de functiebeschrijving zal wat tijd in beslag nemen, maar levert uiteindelijk een mooi overzicht op voor nieuwe (jonge) vrijwilligers. Om ervoor te zorgen dat nieuwe en bestaande vrijwilligers op de hoogte zijn van de doelstellingen en zo actief een bijdrage kunnen leveren aan deze doelstellingen, raden wij aan te gaan werken met een informatieboekje. Hier kunnen naast de doelstellingen ook belangrijke contactpersonen en een gedragscode in worden opgenomen. Ook kan stichting Alde Fryske Tsjerken onder de aandacht worden gebracht bij jongeren door lesprogramma's op te zetten. Door een enthousiaste vrijwilliger te laten vertellen over cultureel erfgoed en het werken voor de stichting kunnen er wellicht nieuwe jonge vrijwilligers aangetrokken worden.

Hoofdstuk 7 Bronnenlijst

9 originele ideeën voor een workshop waar je publiek echt bij betrokken is. (2019). Geraadpleegd op 2 juni 2021, van <https://www.eventbrite.nl/blog/ideeen-workshop-ds00/>

de Beck, E. (2014). Welke factoren beïnvloeden de “jobadvertising strategie”; literatuurstudie en empirisch onderzoek in twee servicegerichte sectoren. *Universiteit Gent*. Geraadpleegd op 2 juni 2021, van https://libstore.ugent.be/fulltxt/RUG01/002/165/308/RUG01-002165308_2014_0001_AC.pdf

Berings, D. (2007). Werken met waarden in organisaties: een arbeidspsychologische analyse. *HUB Research paper, 2007(35)*, 13-15

Desmidt, S. & George, B. (2013, januari) *De fundamenteën van strategisch management: De essentie van strategisch management*. Geraadpleegd op 22 maart 2021, van https://www.researchgate.net/profile/Bert-George/publication/293048909_De_essentie_van_strategisch_management/links/56b7234308ae3c1b79aeecdc/De-essentie-van-strategisch-management.pdf

De Vries, L. (2015) *Jong & Natuur: Een onderzoek naar de interesse en betrokkenheid van jongeren bij natuur- en milieuorganisaties*. (Masterthesis). Master Geo-Communicatie Faculteit Geowetenschappen, Universiteit Utrecht.

Dona, P. (2005, april). HRPR-model legt fundament voor slimmer, plezieriger en prestatiegerichter werken. *Tijdschrift controlling, 2005(4)*. 28-34. Geraadpleegd op 2 juni 2021, van <https://cmweb.nl/wp-content/uploads/2015/02/TC050403.pdf>

Klein Hegeman, P. en Kuperus, M. (2004). *Een verkenning van het begrip vrijwilligerswerk: Een onderzoek naar de flexibiliteit van de definitie en de naam- en betekenisgeving aan de eigen vrijwillige inzet*. 17-18. Geraadpleegd op 17 mei 2021, van <https://www.movisie.nl/sites/movisie.nl/files/publication-attachment/Een%20verkenning%20van%20het%20begrip%20vrijwilligerswerk%20%5BMOV-515912-0.1%5D.pdf>

KVK. (z.d.). *De stichting*. Geraadpleegd op 17 mei 2021, van <https://ondernemersplein.kvk.nl/de-stichting/#:~:text=Een%20stichting%20is%20een%20organisatie,winst%20maken%20met%20een%20Onderneming.>

Luursema, T. (2010, 1 juli). *Vrijwilligers en resultaat*. *Google Scholar*. Geraadpleegd op 22 maart 2021, van https://feb.studenttheses.ub.rug.nl/4989/1/Masterthesis_-FaiRSupport- T. 1.pdf

Meijer, L. (2020, april). Ook vrijwilligerswerk is een bijbaantje voor jongeren (Thesis). Geraadpleegd op 19 maart 2021, van https://theses.ubn.ru.nl/bitstream/handle/123456789/9106/Meijer%2c_Lars_1.pdf?sequence=1

Meer, N. (2020, 20 april). *Een lesprogramma ontwerpen*. Geraadpleegd op 2 juni 2021, van <https://elearning.vcutrecht.nl/een-lesprogramma-ontwerpen/>

Movisie. (2018, 20 april). *Draaischijf vrijwilligersorganisatie*. Geraadpleegd op 17 mei 2021, van <https://www.movisie.nl/tool/draaischijf-vrijwilligersorganisaties>

Mulder, P. (2017). *MoSCoW methode*. Geraadpleegd op 26 mei 2021, van <https://www.toolshero.nl/project-management/moscow-methode/>

Online Marketing Agency. (2020, 1 september). *Wat is een Ambassadeur?* Geraadpleegd op 23 maart 2021, van <https://onlinemarketingagency.nl/marketingtermen/ambassadeur/>

Platform Vrijwillige Inzet. (z.d.). Binnenhalen van vrijwilligers. NOV - Platform Vrijwillige Inzet. Geraadpleegd op 19 maart 2021, van <https://vrijwilligerswerk.nl/themas/vinden-binden/binnenhalen/default.aspx>

Rijksoverheid. (z.d.). *Wanneer is sprake van vrijwilligerswerk?*. Geraadpleegd op 17 mei 2021, van <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/vrijwilligerswerk/vraag-en-antwoord/wat-is-vrijwilligerswerk#:~:text=Vrijwilligerswerk%20is%20werk%20dat%20u,anderen%20of%20voor%20de%20samenleving.>

Samen Doen. (z.d.). *Informatieboekje voor vrijwilligers*. Geraadpleegd op 3 juni 2021, van <https://samendoen.expert/wp-content/uploads/2018/06/Samen-Doen-infoboekje-vrijwilligers.pdf>

Roza, L. (2009, april). Werven van vrijwilligers en het inspelen op hun verwachtingen: op weg naar nieuw vrijwilligersmanagement. Erasmus University, 19–21. Geraadpleegd op 19 maart 2021, van https://www.rsm.nl/fileadmin/Images_NEW/Departments/BSM/Mb/files/Werven_van_vrijwilligers_en_het_inspelen_op_hun_verwachtingen_op_weg_naar_nieuw_vrijwilligersmanagement.pdf

Stichting Alde Fryske Tsjerken (2021). *'Alden Tsjerken nije lûden' Koers 2021-2024*. Koersstrategie. Leeuwarden: Stichting Alden Fryske Tsjerken.

Stichting Alde Fryske Tsjerken. (z.d.). *Plaatselijke commissies*. Geraadpleegd op 4 maart 2021, van <https://aldefrysketsjerken.nl/p/Plaatselijke+Commissies/saft%7C8ad81a3d-60b3-47cf-9467-12f87f30c1c6/>

Van Broeck, N., & Breat, C. (2011). Zelfcontrole en cognitieve gedragstherapie. In J.D. Bosch, C. Braet, & P.J.M. Prins (red.) *Methoden en technieken van gedragstherapie bij kinderen en jeugdigen* (pp. 14). Houten: Bohn Stafleu van Loghum. Geraadpleegd van op 31 mei 2021, van <https://biblio.ugent.be/publication/2034883/file/6766821>

Vrijwilligerswerk. (2020). In *Van Dale*. Geraadpleegd op 17 mei 2021, van <https://www.vandale.nl/gratis-woordenboek/nederlands/betekenis/vrijwilligerswerk#.YKJleXlxc2w>

Vrijwilligerswerk. (2020). In *Van Dale*. Geraadpleegd op 17 mei 2021, van <https://www.vandale.nl/gratis-woordenboek/nederlands/betekenis/vrijwilligerswerk#.YKJleXlxc2w>

Vrijwilligers aan zet. (2018, 3 juli). *20 tips voor het werven van vrijwilligers*. Geraadpleegd op 19 maart 2021, van <https://www.vrijwilligersaanzet.nl/2018/07/03/20-tips-werven-vrijwilligers/>

Wij Leren. (2018). *Intrinsieke motivatie - uitleg*. Geraadpleegd op 23 maart 2021, van <https://wijleren.nl/intrinsieke-motivatie.php#:~:text=Intrinsieke%20motivatie%20is%20de%20motivatie,prikkel%20is%20die%20je%20drijft>

Bijlage

Bijlage 1. Enquête vragen voor de plaatselijke commissies.

1. Bij welke plaatselijke commissie bent u betrokken?
2. Wat is de leeftijd van de jongste en de oudste vrijwilliger binnen uw plaatselijke commissie?
3. Wat zijn in uw ogen de doelen van de stichting?
4. Indien u op de hoogte bent van de doelen van de stichting: wat heeft u nodig om de doelen te kunnen realiseren?
5. Wat vindt u van de doelstellingen van de stichting?
Toelichting bij de vraag: Doelen: 'het wekken van publieke belangstelling voor dergelijke kerkgebouwen', 'het herstellen en de instandhouding vanuit historisch oogpunt belangwekkende kerkgebouwen met aan- en toebehoren in de provincie Fryslân', 'het geven van nieuwe functies aan kerken, zodat de kerken gebruikt blijven worden'.
6. Heeft u het idee dat uw belangen met betrekking tot de kerk voldoende worden gehoord door de stichting? Licht het antwoord toe.
7. In welke mate vindt u dat u zich actief inzet voor de doelstellingen van de stichting? Geef een cijfer van 1 tot en met 5 en licht het antwoord toe bij het vakje anders.
Opties:
 - 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
 - Anders
8. Welke doelstelling(en) streeft u zelf al na en waaruit blijkt dat?
9. Zijn er doelstellingen die u nog niet of minder nastreeft? Wat is daarvoor de reden?
10. Wat zijn uw beweegredenen om actief te zijn voor de stichting?
11. Hoe bent u in aanraking gekomen met de stichting?
12. Wat doet u voor de stichting?
13. Wat zijn leuke activiteiten/werkzaamheden om te doen en wat zijn minder leuke activiteiten/werkzaamheden om te doen?
14. Hoeveel tijd besteedt u per week aan het vrijwilligerswerk voor de stichting?
Opties:
 - 1 tot 5 uur per week
 - 5 tot 10 uur per week
 - 10 tot 25 uur per week
 - Anders
15. Wat vindt u van de hoeveelheid tijd die in het vrijwilligerswerk zit?
Opties:
 - Te weinig
 - Genoeg
 - Te veel
16. Heeft u verdere wensen of behoeftes met betrekking tot de samenwerking tussen jullie plaatselijke commissie en de stichting? Licht het antwoord toe.
17. Volgt u regelmatig het nieuws op de website van de stichting en leest u de nieuwsbrief van het impresariaat? Waarom wel/niet?
18. Welke verbeterpunten ziet u binnen de stichting?

19. Hoe ervaart u op dit moment de communicatie tussen u als vrijwilliger en de stichting? Licht het antwoord toe.

Bijlage 2. Enquête vragen belangstelling mensen op vrijwilligerswerk

1. Wat is uw leeftijd

Opties:

- Jonger dan 15 jaar
- 15-20 jaar
- 20-25 jaar
- 25-35 jaar
- 35-40 jaar
- 40 jaar of ouder

2. Doet u momenteel vrijwilligerswerk?

Opties:

- Ja
- Nee

3. Waarom doet u wel/niet vrijwilligerswerk?

4. Wat is voor u doorslaggevend om wel/niet vrijwilligerswerk te doen?

5. Wat is de reden dat u wel/niet vrijwilligerswerk doet?

6. Indien u vrijwilligerswerk doet, wat motiveert u om dit te doen?

7. Indien u vrijwilligerswerk doet, wat doet u voor vrijwilligerswerk?

8. Hoeveel tijd zou u per week willen besteden aan vrijwilligerswerk?

Opties:

- 1 tot 5 uur per week
- 5 tot 10 uur per week
- 10 tot 15 uur per week
- Niet, geen tijd
- Anders

Bijlage 3. Antwoorden gelijksoortige stichtingen op vragen vrijwilligers werven

Fw: Onderzoek over werven van vrijwilligers

Onderwerp: Onderzoek over werven van vrijwilligers

Goedemorgen,

Wij zijn Evelien, Mirthe en Mirte. Drie studenten van de opleiding Human Resource Management aan de NHL Stenden Hogeschool. Momenteel zitten wij in ons derde jaar en volgen wij de minor Human Talent. Voor deze minor doen wij onderzoek voor de stichting Alde Fryske Tsjerken (SAFT). SAFT is een stichting die zich inzet voor het behouden van kerken in de provincie Friesland. Ons onderzoek richt zich op de groepen vrijwilligers die zich inzetten voor de kerken van de SAFT.

Binnen ons onderzoek willen wij ook gaan kijken naar het werven van jongere vrijwilligers. SAFT hoopt in de toekomst ook jongere mensen te kunnen enthousiasmeren voor het doen van vrijwilligerswerk om de kerkgebouwen ook voor toekomstige generaties levend te houden. Onder jonge mensen verstaan wij de leeftijdscategorie van ongeveer 18 tot 40 jaar. Wij hebben inmiddels al literatuuronderzoek gedaan over het werven van jonge vrijwilligers. Nu zouden wij graag antwoorden uit de praktijk willen ontvangen. Onze vraag aan jullie is, of jullie onderstaande vragen zouden willen en kunnen beantwoorden betreffende het werven van jonge vrijwilligers voor jullie stichting. Jullie zouden ons daar erg mee helpen!

1. Hoeveel vrijwilligers in de leeftijdscategorie tussen de 18-40 zijn bij jullie actief voor de stichting?
2. Wat is volgens jullie het voordeel van jonge vrijwilligers?
3. Hoe zorgen jullie dat jullie bekendheid creëren bij jonge mensen?
4. Hoe werven jullie (jonge) vrijwilligers?
5. Wat is volgens jullie de beste manier om jonge vrijwilligers te trekken?
6. Hoe komen vrijwilligers met jullie in aanraking?

Wij zullen vertrouwelijk omgaan met bovenstaande antwoorden en wij willen na afloop van ons onderzoek ons beroeps product graag met jullie delen, mochten jullie daar behoefte aan hebben.

Alvast heel erg bedankt voor de tijd en moeite! Wij horen graag van jullie.

Met vriendelijke groet,

Evelien Haenen, Mirthe Jelsma en Mirte Miedema
Studenten Human Resource Management aan de NHL Stenden Hogeschool te Leeuwarden

Figuur 5. Verzonden mail naar soortgelijke stichtingen. (2021, 30 april).

Onderzoek over werven van vrijwilligers



verzonden: vrijdag 30 april 2021 12:13

Aan: Evelien Haenen <evelien.haenen@student.nhlstenden.com>; Mirthe Jelsma <mirthe.jelsma@student.nhlstenden.com>

Onderwerp: Onderzoek over werven van vrijwilligers

Goedemorgen,

Wij zijn Evelien, Mirthe en Mirte. Drie studenten van de opleiding Human Resource Management aan de NHL Stenden Hogeschool. Momenteel zitten wij in ons derde jaar en volgen wij de minor Human Talent. Voor deze minor doen wij onderzoek voor de stichting Alde Fryske Tsjerken (SAFT). SAFT is een stichting die zich inzet voor het behouden van kerken in de provincie Friesland. Ons onderzoek richt zich op de groepen vrijwilligers die zich inzetten voor de kerken van de SAFT.

Binnen ons onderzoek willen wij ook gaan kijken naar het werven van jonger vrijwilligers. SAFT hoopt in de toekomst ook jongere mensen te kunnen enthousiasmeren voor het doen van vrijwilligerswerk om de kerkgebouwen ook voor toekomstige generaties levend te houden. Onder jonge mensen verstaan wij de leeftijdscategorie van ongeveer 18 tot 40 jaar. Wij hebben inmiddels al literatuuronderzoek gedaan over het werven van jonge vrijwilligers. Nu zouden wij graag antwoorden uit de praktijk willen ontvangen. Onze vraag aan jullie is, of jullie onderstaande vragen zouden willen en kunnen beantwoorden betreffende het werven van jonge vrijwilligers voor jullie stichting. Jullie zouden ons daar erg mee helpen!

1. Hoeveel vrijwilligers in de leeftijdscategorie tussen de 18-40 zijn bij jullie actief voor de stichting? 0
2. Wat is volgens jullie het voordeel van jonge vrijwilligers? Verfrissende nieuwe inzichten (op het gebied van aanwenden monumentale kerken, sociale media voor het bereiken van geïnteresseerden en donateurs e.d.). Daarnaast moet ook continuïteit in het bestuur gebord worden. OP dit moment is de gemiddelde leeftijd 65 jaar in het bestuur. Door jongeren te betrekken bij het werk van onze stichting zal er hopelijk structureel bereidheid ontstaan bij jongeren om mee te helpen bij de stichting (organiseren van activiteiten, communicatie, bestuurswerk e.d.)
3. Hoe zorgen jullie dat jullie bekendheid creëren bij jonge mensen? We zijn nu met andere vrijwillige erfgoedorganisaties gestart met introductieprogramma's en lessen op het voortgezet onderwijs en het MBO onderwijs omtrent cultureel erfgoed (molens, boerderijen, kerken e.d.). Ook gaan we voor de Open Monumentendagen jongeren (16-25) benaderen om daaraan actief een bijdrage te leveren.
4. Hoe werven jullie (jonge) vrijwilligers? Via de middelbare scholen en het MBO onderwijs. Het is de bedoeling dat vanaf 2022 ook via ene programma op HBO en WO niveau aan wordt toegevoegd. Daarnaast willen we ons periodiek tijdschrift wat moderniseren en digitaal beschikbaar stellen.
5. Wat is volgens jullie de beste manier om jonge vrijwilligers te trekken? Persoonlijke benadering door docenten en de vrijwilligers betrokken bij de stichting.
6. Hoe komen vrijwilligers met jullie in aanraking? Via de persoonlijke contacten en de introductieprogramma's via de scholen.

...

Figuur 6. Antwoord van Oude Zeeuwse Kerken. (2021, 4 mei).

Onderzoek over werven van vrijwilligers



0611 11111 11111111

Dag Evelien, Mirthe en Mirte,

Bij deze de antwoorden; soms een ruwe schatting want ik weer het alleen van mijn project (Heel Friesland Belt)

1. Hoeveel vrijwilligers in de leeftijdscategorie tussen de 18-40 zijn bij jullie actief voor de stichting?

Ongeveer 100 vrijwilligers

- 1.
2. Wat is volgens jullie het voordeel van jonge vrijwilligers?

Ouderen vinden het vaak leuk om de jongere generatie wat mee te geven/ wat bij te brengen over hoe het vroeger was. Andersom vinden ouderen het leuk om te leren van de jongere generatie. Dit kan heel praktisch zijn als het gaat om ICT vraagstukken; Sociale media etc. Daarbij komt dat jongeren vaak nog punten kunnen verdienen door bij ons vrijwilligerswerk te doen.

3. Hoe zorgen jullie dat jullie bekendheid creëren bij jonge mensen?

Wij promoten veel via Sociale media kanalen (Facebook, Instagram en LinkedIn) en op TV en radio (omroep Fryslan), via onze contactpersonen op de hogescholen

- 3.
4. Hoe werven jullie (jonge) vrijwilligers?

Zie bovenstaande, met name via een oproep via deze kanalen.

- 4.
5. Wat is volgens jullie de beste manier om jonge vrijwilligers te trekken?

Met name Facebook, Instagram en LinkedIn. Facebook met name de pagina's van de Hogescholen; "Laten we welzijn" etc.

- 5.
6. Hoe komen vrijwilligers met jullie in aanraking?

Bij de oproep zit ook een linkje naar het aanmeldformulier, via een contactformulier op onze website www.sociaalgoud.nl.

De desbetreffende projectleider van het project waarvoor ze zich aanmelden neemt dan contact op.

Figuur 7. Antwoord Sociaal Goud. (2021, 21 mei).



Do 6-5-2021 16:12



Aan: Mirte Miedema; Mirthe Jelsma; Evelien Haenen

Beste Mirte, Mirthe en Evelien,

1. We hebben enkele vrijwilligers die in de categorie vallen, van de ongeveer 400 vrijwilligers.
2. Ze zijn enthousiast, nieuwsgierig, snel, beter op de hoogte op gebied sociale media.
3. We zetten vacatures op de website en wordt ook wel verspreid via socials (FB, Twitter, Instagram)
4. Doen we niet actief. Ik vermoed dat we ze daarom ook niet echt bereiken. En of ze reageren niet.
5. Via socials, maar ook via andere jongeren / studenten. Je moet iets te bieden hebben voor jongeren. Liefst incidenteel bijvoorbeeld voor een bepaald evenement. Niet structureel. Jongeren uit familiekring, jongerenorganisaties als onderwijs (via leerkrachten) of scouting bijvoorbeeld
6. Via ouders, via opleiding, eigen interesse (we hebben bijvoorbeeld een molenaar)

Een lastige groep om te krijgen. We hebben het liefst een vaste groep vrijwilligers, die je kunt opleiden en waar je vervolgens wat aan hebt. Niet alle activiteiten lenen zich namelijk voor 'gelegenheidsvrijwilligers'. Velen geven ook aan geen tijd te hebben, naast hun opleiding, werk en gezinsleven, opvoeden kinderen, enzo.

Ik merk dat o.a. dat jongeren tot 40 zich vroeger wel en nu niet meer spontaan aanmelden. Sommigen meldden zich aan om uiteindelijk een baan te vinden in die richting of om te kijken naar een andere functie. Dan zijn ze vaak tijdelijk vrijwilliger. Jongeren hebben ook minder de neiging om dingen met een groep te doen. Afgezien sporten enzo. Zeker erfgoed is minder aantrekkelijk bij jongeren.

Als het om kerken gaat, dan zou ik kijken naar groepen jongeren die geïnteresseerd zijn in religie, die meedoen met catechisatie bijvoorbeeld, die diensten volgen of ondersteunen. Uit het netwerk van geloofsgenoten putten, advertenties, open dagen, speciale jongeren activiteiten organiseren e.d. In de hoop dat daar vrijwilligers uit voortkomen.

Succes met jullie onderzoek. Ik ben geïnteresseerd in jullie aanpak en adviezen.

Hartelijke groet,
Hans Colpa

Figuur 8. Antwoord van Het Drents Landschap. (2021, 6 mei).