

Succesvolle burgerinitiatieven in wonen, welzijn & zorg



Daar doe je het voor!

Over drijfveren en motieven van burgers

Mensen worden meestal actief in een burgerinitiatief omdat ze daarvoor worden gevraagd. Als iemand hen vraagt of ze meedoen, maken zij een persoonlijke afweging. Ze vragen zich af: *Waarom zou ik het doen? Heb ik er tijd voor? Wat brengt het mij?* Dit artikel gaat over drijfveren en motieven, heel belangrijk als u als burgerinitiatief andere bewoners wilt enthousiasmeren. Hoe beter u namelijk weet waar mensen warm voor lopen, hoe effectiever u kunt werven.

In dit artikel komen achtereenvolgens aan bod:

- * Welke motieven burgers hebben om zich in te zetten voor een burgerinitiatief.
- * Wat mensen voor elkaar willen doen; waar lopen ze warm voor?
- * Hoe u vrijwilligers vindt en bindt.

Wat mensen motiveert

Waarom zouden mensen zich bij een burgerinitiatief aansluiten? Denters e.a. (2013) onderscheiden drie soorten motieven om zich aan te sluiten bij een buurt- of dorpsinitiatief:

- * Sociale motieven: samen met anderen iets ondernemen voor anderen.
- * Doelgerichte motieven: bijdragen aan de kwaliteit van de buurt, het dorp of de stad, vaak uit onvrede met de directe woonomgeving.
- * Persoonlijke motieven: eigenbelang, bijvoorbeeld iets nieuws leren of nieuwe contacten opdoen.

Betrokken bij de stad

Willemien Meershoek, initiatiefnemer van burgerinitiatief Stichting Bonafide, verwoordt haar motivatie als volgt: "De decentralisatie maakt dat meer mensen langer thuis blijven wonen. Dat is mooi, maar bij mij komt dan van binnenuit dat mensen ook wel langer thuis moeten kunnen wonen. Ook voel ik me betrokken bij de stad. Ik ken hier veel mensen, vind het leuk me hiervoor nuttig te maken." Haar mede-initiatiefnemer

Lees deze reeks artikelen!

Dit artikel is het tweede in een reeks van 10 over burgerinitiatieven in wonen, welzijn en zorg. Vanuit het landelijk programma *Langer Thuis* is door ActivAge en Movisie gesproken met verschillende contactpersonen van drie initiatieven en hun samenwerkingspartners. De inzichten die naar voren kwamen, staan centraal in deze reeks. Alle artikelen samen leveren de bouwstenen voor burgerinitiatieven om zich verder te ontwikkelen, en effectief en productief samen te werken met de gemeente en andere lokale partners in wonen, welzijn en zorg.

U vindt de artikelen op www.movisie.nl/langerthuis.

- * Artikel 1: Drie inspirerende voorbeelden
- * Artikel 3: Doorpakken, maar niet voor de troepen uitlopen
- * Artikel 4: Draagvlak verzekerd?
- * Artikel 5: Het gaat niet alleen om meten
- * Artikel 6: Als het geld rolt
- * Artikel 7: We doen het samen; de gemeente als partner
- * Artikel 8: Samen op de bres voor kwetsbare bewoners. Hoe burgerinitiatieven kunnen samenwerken met professionals
- * Artikel 9: Zijn er grenzen aan wat je oppakt?
- * Artikel 10: Een kwestie van goed organiseren



'Ik vind het geweldig om te kijken wat je in een stad met elkaar voor elkaar kunt boksen'

Marie-Louise Hehenkamp: "Ik vind het geweldig om te kijken wat je in een stad met elkaar voor elkaar kunt boksen." Sociale en doelgerichte motieven hebben voor haar de overhand. Daarnaast spelen ook persoonlijke motieven een rol. "Ik haal hier ook weer nieuwe contacten voor mezelf uit."

Zelfvertrouwen en zelfbewustzijn

Ook capaciteit is van belang voor mensen om deel te nemen. De capaciteit om te participeren hangt samen met vaardigheden, tijd en geld. Heeft men de vereiste *civic skills* voor participatie, heeft men genoeg tijd en kan men het zich (financieel) veroorloven om juist *dít* te doen en niet iets anders in de beschikbare tijd? Anders dan bij inspraak, waar vaak voornamelijk hoger opgeleiden actief mee-denken, trekken doelgerichte burgerinitiatieven volgens Van de Wijdeven (2013) ook relatief veel middelbaar opgeleiden. Interessant is dat mensen

door het opzetten en uitvoeren van initiatieven veel nieuwe vaardigheden leren – democratische en bureaucratische vaardigheden bijvoorbeeld – maar ook nieuwe 'deugden' leren. Het gaat dan volgens Denters e.a. (2013) om het vermogen om te reflecteren, om inlevingsvermogen en vertrouwen. Mensen krijgen er meer zelfvertrouwen en zelfbewustzijn door.

Ik loop warm voor...

Als je mensen die meedoen aan burgerinitiatieven vraagt waar ze warm voor lopen, kun je heel verschillende antwoorden verwachten. De een vindt dit belangrijk, de ander dat. De Gast e.a. (2011) onderscheiden de volgende zaken die mensen belangrijk kunnen vinden wanneer het gaat om actief worden:

- * Missie. Mensen die iets hebben met de missie, zijn het meest betrokken. Ze zetten zich vaak langere tijd en op meerdere manieren in. Ook bij tegenslagen. Het hoe en wat is voor hen minder belangrijk, het gaat erom 'dat we er samen iets aan doen'.
- * Organisatie. Mensen die betrokken zijn bij organisatorische taken kunnen sterk betrokken zijn zolang er iets op te bouwen of te regelen is. Daarna kan het zijn dat zij minder betrokken raken. Het gaat erom dat de vereniging of het initiatief werkt en dat iedereen op de goede plek zit.
- * Activiteiten. Mensen die de activiteiten helpen organiseren, kunnen sterk betrokken zijn op het moment dat er een taak of activiteit is, die precies past bij wat zij belangrijk vinden. Dan zetten ze zich volledig in om het werk tot een goed einde te brengen.
- * Mensen. Mensen die goede persoonlijke contacten hebben met anderen in het initiatief, worden actief omdat ze gevraagd zijn en graag samenwerken met mensen die hen aanspreken. Hun betrokkenheid kan afnemen als anderen ermee stoppen.
- * Opbrengsten. De lichtste vorm van betrokkenheid is er bij mensen die in eerste instantie alleen genieten van de opbrengsten van het burgerinitiatief: het samen eten, vervoerd worden, ondersteuning aan huis krijgen. Zij zijn minder geïnteresseerd in het waarom, hoe of wat, maar maken gebruik van het aanbod van producten en diensten. Tegelijkertijd komt het vaak voor dat zij later, als ze meer vertrouwd zijn met de organisatie, actief mee gaan doen. De 'geholpene' wordt dan 'helper' (Penninx, 2013).

Verbreden

Redenen om actief te worden zijn niet statisch, ze kunnen veranderen, en er kunnen redenen bijkomen of afvallen. Zo was de *drive* van Hans Teunissen aanvankelijk een heel persoonlijke. Een van zijn familieleden moest opgenomen worden in een verpleeghuis. Dat kon alleen in de stad zo'n 7 kilometer van hun dorp Ysselsteyn, in een setting die niet aansloot bij zijn ideeën over kleinschalige en persoonlijke zorg. Jarenlang zette hij zich daarom in om 't Zorghuis te realiseren en vervolgens

Verleiden tot actie

Als u weet wie zich op welke niveaus en op welke manier betrokken voelt, kunt u daar rekening mee houden. Zo wil iemand die zich aangesproken voelt door de missie invloed uitoefenen op de koers van de organisatie. Iemand die voor de activiteiten warmloopt, wil zich inzetten voor de samenstelling van het dienstenpakket. En iemand die bij uitvoering betrokken is, wil liever invloed op de verdeling van de werkzaamheden.

Er zijn vijf factoren die mensen doen besluiten hun betrokkenheid wel of niet in actie om te zetten:

- * Tijd: Hoeveel tijd kost het, en heb ik die? Hoe flexibel zijn de taken in te passen?
- * Gebruiksvriendelijkheid: Is het duidelijk waar ik moet zijn? Helpt iemand me op weg? Of moet ik het allemaal zelf uitzoeken?
- * Eenvoud: Word ik uitgenodigd mee te doen of moet ik veel moeite doen?
- * Toegankelijkheid: Kan ik gewoon beginnen of zijn er cursussen of een inwerkprogramma? Is het makkelijk om contact te maken?
- * Prioriteit en waardering: Wordt aan mijn betrokkenheid belang gehecht, word ik serieus genomen en gewaardeerd?

Bron: De Gast e.a., 2011

ook te exploiteren. Door de jaren heen verbreedden zijn motieven zich. Hij vertelt: "Ik steek in op leefbaarheid. Het gaat mij om de manier waarop je het dorp betreft bij het realiseren van een voorziening en de manier waarop je zo de leefbaarheid sterker maakt. Daar vragen ze mij voor."

Feestelijke presentatie

Hoewel er rondom de (veelal) doe-gerichte burgerinitiatieven óók veel wordt gepraat, ligt de kracht van de initiatieven uiteindelijk in het behalen van zichtbare en aansprekende resultaten. Veel initiatiefnemers willen wat neerzetten in de wijk of het dorp. Het behalen van – ook kleine of tussentijdse – resultaten geeft alle betrokkenen nieuwe energie. Sterker nog: als er geen resultaten worden geboekt, zal de energie snel 'weglopen' en zal het initiatief geen lang leven beschoren zijn. Voor het werven van nieuwe leden is het dan ook heel goed om resultaten te laten zien, liefst op feestelijke wijze. Een prachtig dorpsfeest, een opgeknapte buurtwinkel, een opnieuw bestraat dorpsplein. Dát trekt mensen. Belangrijk is ook om niet te lang te wachten met het bekend maken van de *early wins*, zoals de WRR (2005) deze noemt. Hoe meer mensen ervan weten, hoe meer effect deze resultaten hebben op de (positieve) stemming in de wijk of het dorp, en hoe meer mensen willen aanhaken bij het initiatief.

En niet voor....

Wanneer zorgsituaties complexer worden, langduriger en intensiever, lijkt de rol voor buurtbewoners en/of vrijwilligers kleiner te worden, zo valt te lezen het handboek *Bouwen aan buurthulp* van Movisie (2014). Mensen kiezen minder voor het bieden van ondersteuning bij lijfgebonden zorg en vinden daarbij de betrokkenheid van professionals wenselijk. De vangnet-functie die een professional kan vervullen bij burgerinitiatieven is daarom belangrijk. Over samenwerken met professionals leest u meer in Artikel 8 Samen op de bres voor kwetsbare bewoners.

Vinden en binden van vrijwilligers

Actieve burgers binnen het burgerinitiatief zijn (hoofdzakelijk) vrijwilligers. Het zijn mensen die in de wijk, het dorp of de stad wonen. Hoe betreft u hen en hoe houdt u hen betrokken?

Actieplan en checklist

Voor initiatiefnemers of besturen van burgerinitiatieven is het van belang om gezamenlijk een lijn uit te zetten: hoe gaan wij vrijwilligers vinden en binden? Een handig instrument daarbij is de QuickScan Vinden en Binden. Een instrument voor vrijwilligersmanagement in de praktijk van Movisie. De scan bestaat uit een uitgebreide vragenlijst. Alle stappen die u kunt doorlopen voor het vinden en binden van vrijwilligers komen daarin aan bod: werving, opvang van nieuwe vrijwilligers en behoud van vrijwilligers. U kunt de vragenlijst invullen met een aantal mensen uit de organisatie. De antwoorden die u gezamenlijk



formuleert leveren meteen een actieplan én een praktische checklist op voor uw vrijwilligersbeleid.

Accentverschillen tussen typen

Niet alleen bij het vinden, maar ook bij het binden van vrijwilligers is het goed om rekening te houden met hun motivatie. In *Zin in meedoen* (Penninx, 2010) beschrijft de auteur vier verschillende motivatietypen. De typologie is gebaseerd op twee dimensies in persoonskenmerken: zelfgericht versus omgevingsgericht en behoudend versus vernieuwend. De typen sluiten elkaar niet uit, het gaat om accentverschillen. Wanneer u aansluit op deze typologie, helpt dat vrijwilligers gemotiveerd te houden. Het is goed om regelmatig met mensen daarover in gesprek te gaan, juist omdat motieven en behoeften kunnen veranderen.

De vier typen zijn:

- * **Zelfzorgers.** Zij zijn gericht op behoud van eigen welzijn en vitaliteit: lichamelijke en geestelijke gezondheid, zelfredzaamheid en sociale contacten.
- * **Zelfontplooiers.** Zij zijn sterk gericht op persoonlijke ontwikkeling, horizonverbreding, nieuwe kennis en vaardigheden, persoonlijke zingeving en transcendentie.
- * **Hulpverleners.** Zij worden vooral gedreven door het willen helpen van andere mensen die problemen hebben, die arm of minder bedeeld zijn, eenzaam zijn, enzovoort.
- * **Ondernemers.** Zij willen sociaal-maatschappelijk ondernemen, werken aan maatschappelijke veranderingen en verbeteringen. Zij zetten hun talent het liefst in voor innovatieve praktijken. Ze laten een eigen geluid horen in het maatschappelijk debat en willen invloed uitoefenen in de politieke arena.

Populaire en minder populaire redenen

Onder de nieuwe generatie senioren, de babyboomers, zijn relatief veel ondernemende vrijwilligers te vinden, aldus *Zin in meedoen*. Dat is goed nieuws voor ondernemende burgerinitiatieven. In de publicatie staan de tien belangrijkste én de vijf minst belangrijke redenen waarom senioren zich vrijwillig

inzetten. We hebben ze overgenomen in tabel 1. Het is immers ook interessant om na te denken over zaken waar u niet mee aan hoeft te komen. Eerder werd lijfgebonden – complexe en intensieve – zorg genoemd. In de tabel is ook te zien dat ‘werk waar professionals niet meer aan toekomen’ laag scoort. Zoals een van de geïnterviewde oudere vrijwilligers het verwoordde: “Als ik merk dat ze me vragen vanwege bezuinigingen, ben ik meteen weg.”

Tabel 1: Motivatiescore van de 33 respondenten (merendeels mensen in de derde levensfase, die maatschappelijk actief zijn in een select aantal projecten)

Motivatiescores totale groep (N = 33)	Gemiddeld rapportcijfer
De top tien	
1 Werk is leuk om te doen	8,7
2 Iets voor anderen kunnen betekenen	8,4
3 Iets zinvol doen	8,3
4 Mezelf nuttig maken	8,3
5 Mijn kennis en vaardigheden inzetten	8,0
6 Me ergens bij betrokken voelen	8,0
7 Je hoort je in te zetten voor de samenleving	8,0
8 Het geeft afwisseling in mijn leven	8,0
9 Hierdoor houd ik mijn hersens fit	7,9
10 Ik wil graag bij deze organisatie horen	7,8
De vijf laagste scores	
46 Werk doen waar professionals niet meer aan toekomen	4,6
47 Samenwerken met professionals	4,6
48 Het huis uit zijn	4,6
49 Mijn cv (werkervaring) verbeteren	3,6
50 Vanuit mijn geloof	3,5

Bron: Penninx, 2010.



Onder de babyboomers zijn relatief veel ondernemende vrijwilligers te vinden. Dat is goed nieuws voor ondernemende burgerinitiatieven.

Feestje

Al met al zijn er meer dan genoeg motieven om mensen te interesseren voor actieve deelname aan uw initiatief. Het is goed deze motieven te leren kennen en erover in gesprek te gaan. Als mensen kunnen doen waar ze gemotiveerd voor zijn, is dat voor iedereen een klein feestje.

Meer kennis over het vinden en binden van vrijwilligers is beschikbaar via www.vrijwilligerswerk.nl en www.movisie.nl.

Bronnen

- * Denters, B., Tonkens, E., Verhoeven, I. & Bakker, J. (2013). *Burgers maken hun buurt*. Den Haag: Platform31.
- * Gast, W.J. de, Steekelenburg, I. van & Bosch, A. van den (2011). Van betrokkenheid naar actie. *SPORT Bestuur & Management*, (april-mei), pp. 26-28.
- * Hottentot, M. e.a. (2008). *Quick scan Vinden en binden. Een instrument voor vrijwilligersmanagement in de praktijk*. Utrecht: Movisie.
- * Houwelingen, P. van, Boele, A. & Dekker, P. (2014). *Burgermacht op eigen kracht?* Den Haag: SCP.
- * Penninx, K. (2010). *Zin in meedoen. Werkzame principes voor het stimuleren van vrijwillige inzet van mensen in de derde levensfase*. Utrecht: Movisie.
- * Penninx, K. (2013). Als de geholpene helper wordt. Wederkerigheid als kernthema in de beroepspraktijk van het sociaal werk. In: Deur, H. van, Scholte, M. & Sprinkhuizen, A. (Red.), *DichtErBij. Wegen en overwegen in het sociaal werk*, pp. 97-105. Bussum: Coutinho.
- * Wijdeven, T. van de, Graaf, L. de & Hendriks, F. (2013). *Actief burgerschap. Lijnen in de literatuur*. Tilburg: Tilburgse School voor Politiek en Bestuur.

Dit artikel is het tweede in een reeks over burgerinitiatieven in wonen, welzijn en zorg. Vanuit het landelijk programma *Langer Thuis* zijn drie initiatieven in beeld gebracht. De inzichten die in de gesprekken naar voren kwamen, staan centraal in deze reeks. Alle artikelen samen leveren de bouwstenen voor burgerinitiatieven om zich verder te ontwikkelen, en effectief en productief samen te werken met de gemeente en andere lokale partners in wonen, welzijn en zorg.

Auteur: Hilde van Xanten

Eindredactie: Mariëtte Hermans

Fotografie: 123rf

Meer informatie over Langer Thuis?

Kijk op www.movisie.nl/langerthuis of neem contact op met Hilde van Xanten via h.vanxanten@movisie.nl

© Movisie 2014