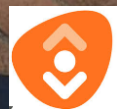




VRIJWILLIGE INZET: VAN TRENDS TOT TRENDING



NL
VOOR
ELKAAR

NICE TO
MEET YOU!

Anne van Roosmalen
Marketing & communicatie
NLvoorelkaar



Impact

Impact

Impasct

Impasct

Impasct

Impasct

Impact





Impact



Impact

Impact



A group of diverse young adults, including women and men, are walking along a paved path lined with trees. The scene is set in autumn, with fallen leaves scattered on the ground. A fluffy brown dog is walking in the foreground on the right. The overall atmosphere is bright and positive.

Impact

maken

MISSIE:

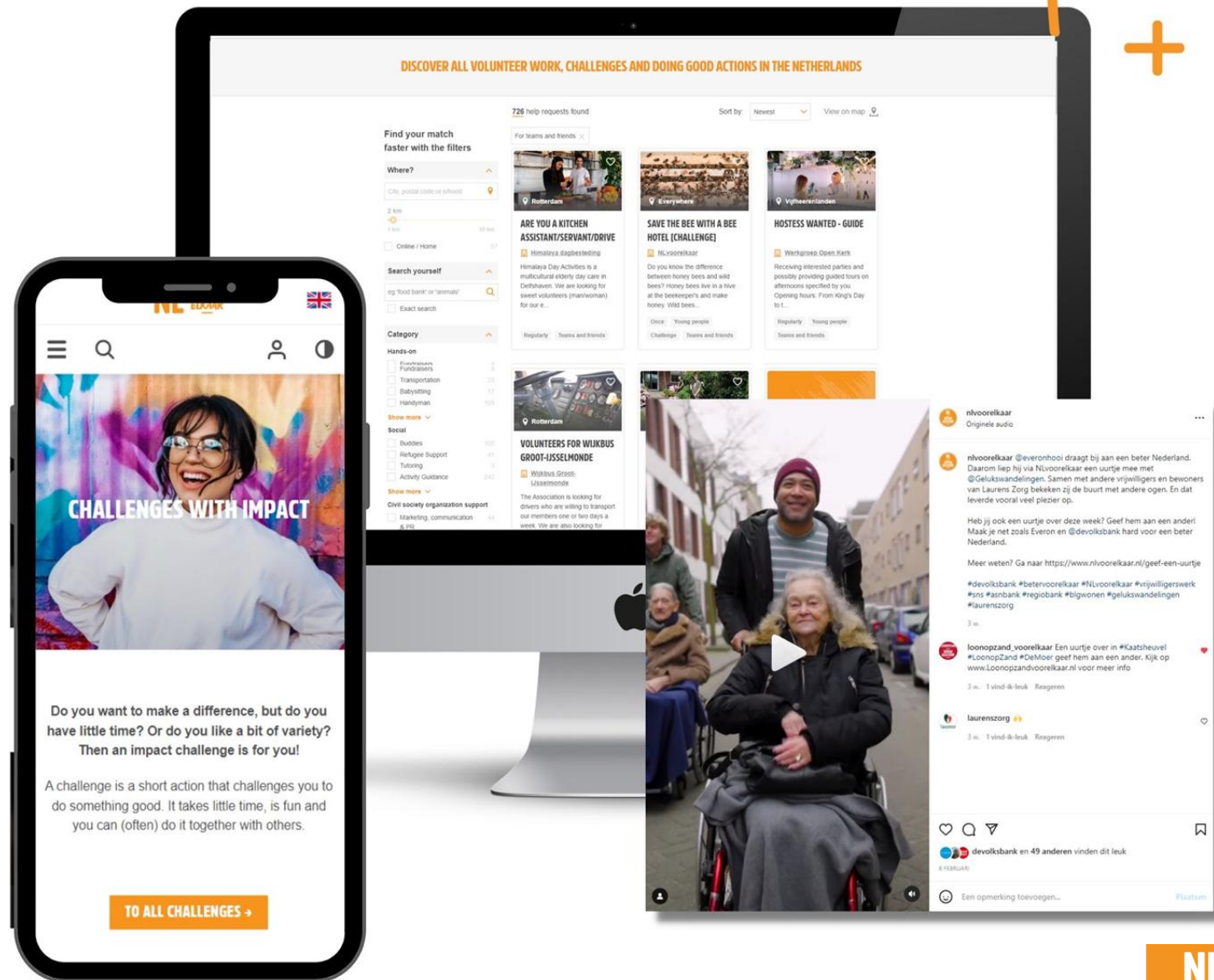
2.000.000 UUR IMPACT

IN 2026

(van 'harig' naar haalbaar doel: alleen samen krijgen we het voorelkaar!)

'Tinder' van goed doen

- Zoveel mogelijk (hulp)vraag en aanbod verbinden
- Slimme tech, activiteiten & data
- Grootste 'doe goed' ecosysteem EU
- Elke dag 300 verbindingen



Het grootste 'doe goed' ecosysteem voor impactvolle **verbinding**

Één ecosysteem voor slimme activatie, verbinding en impact voor iedereen

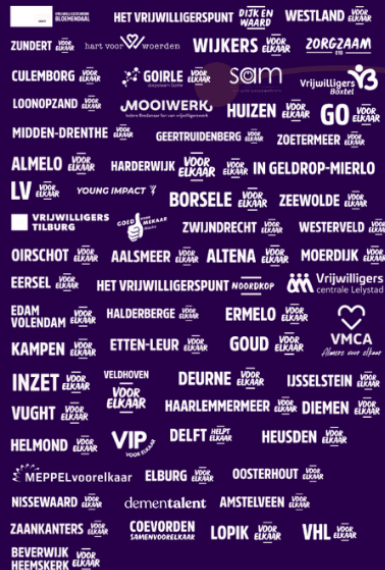
Nieuwe vragen in 2025: 28.000

Verbindingen in 2025: 105.000

Nieuw aanbod in 2025: 25.000

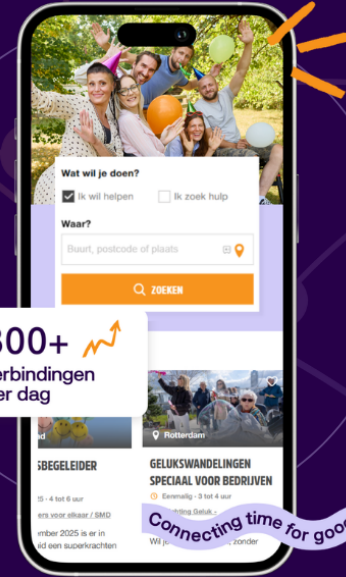
Vrijwilligersorganisaties | Buurtinitiatieven | Inwoners | Medewerkers

Vrijwilligerspunten (VVC), welzijn en gemeente/overheid



Vragen

- Vrijwilligersvacatures en projecten
- Burenhulpvragen
- Maatjes / 1:1 hulp
- Buurtinitiatieven
- Impact challenges
- Evenementen/ tijdsblokken
- Warme bemiddeling



Aanbod

- Vrijwilligers
- Maatschappelijke diensten
- Sociale activiteiten kaart
- Medewerkersvrijwilligerswerk & pro bono / skills-based
- Scholing en persoonlijke ontwikkeling

Bedrijven

MVO/CSR: via een impactplatform tijd en talenten van medewerkers ontsluiten



Ondersteunende en faciliterende infrastructuur

Voor meer bereik, activatie en meetbare impact.

GOED DOEN DOET JOU ÓÓK GOED

- Minder stress
- Minder depressie en angst
- Verhoogd geluksgevoel
- Lagere bloeddruk
- Verbeterd immuunsysteem
- Betere levensverwachting
- Verbeterde hersengezondheid
- Betere mentale helderheid en focus
- Verhoogd zelfrespect en zelfvertrouwen
- Gevoel van doel
- Emotionele veerkracht
- Betere slaappatronen
- Actievere levensstijl
- Sterkere sociale connectie



DE PARADOX: MEER BEREIDHEID, MINDER RUIJTE

- Helft NL doet vrijwilligerswerk



CBS 2024: 49,5% vrijwilligt
+25% t.o.v. 2021 (laagste ooit: 39%)



2025: +29% nieuwe vrijwilligers



DE PARADOX: MEER BEREIDHEID, MINDER RUIJITE

- Helft NL doet vrijwilligerswerk
- Vaker incidenteel



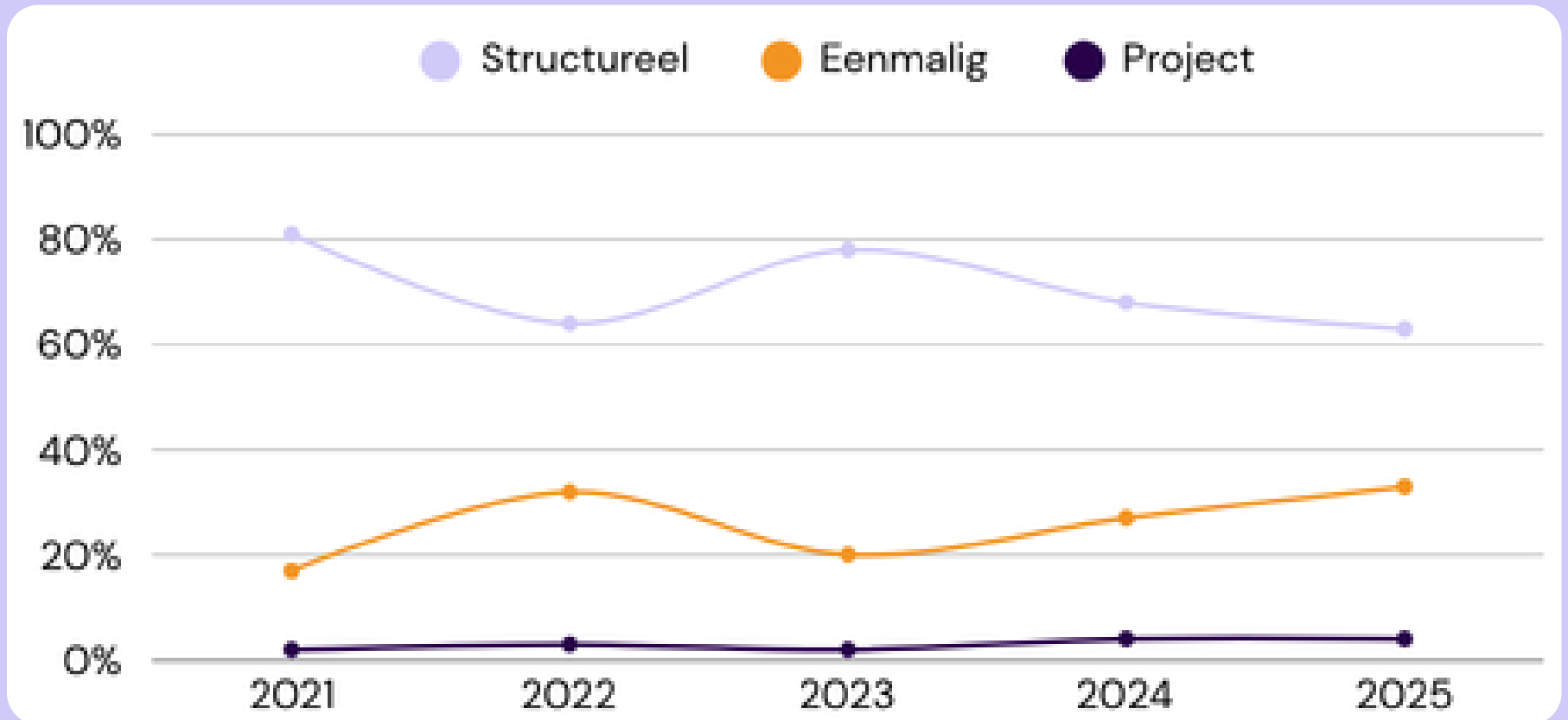
CBS 2024: 40% incidenteel
+14% meer dan in 2022



2025: 32% kiest
incidenteel (+50%)



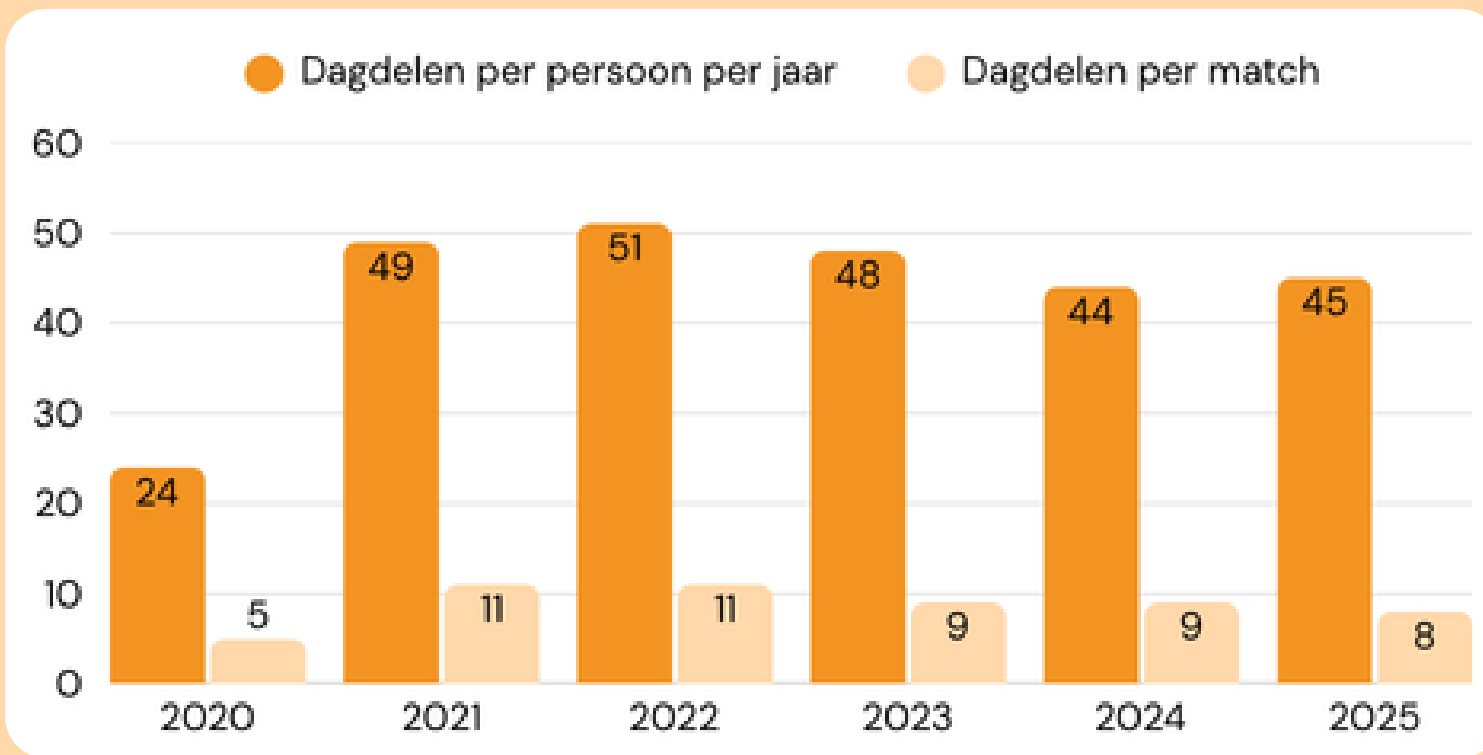
+50% MEER EENMALIG MAAR OOK: 60% KIEST STRUCTUREEL



DE PARADOX: MEER BEREIDHEID, MINDER RUIMTE

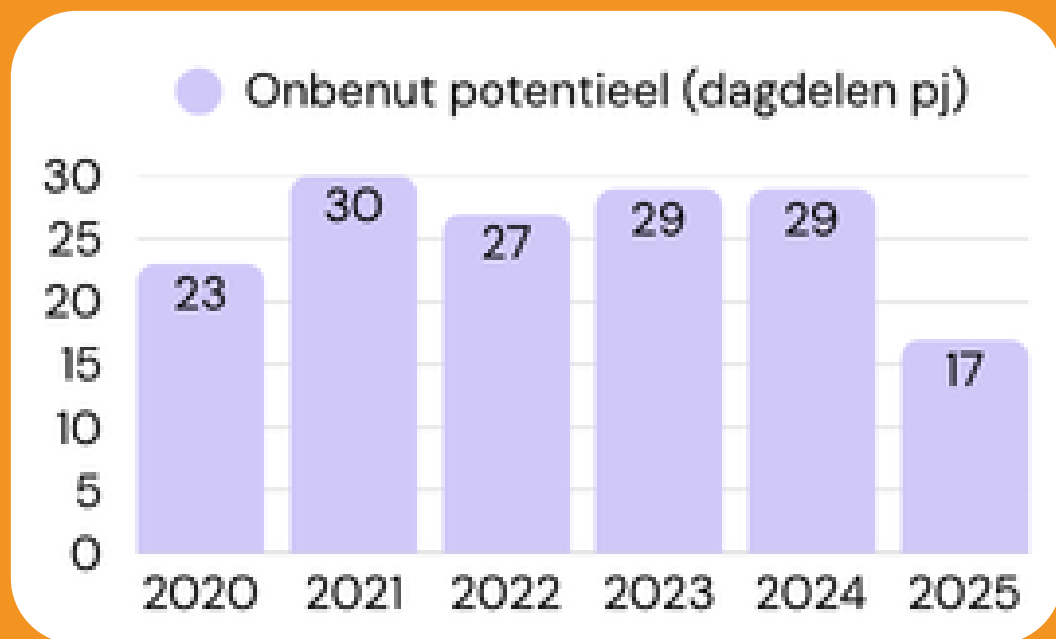
- Helft NL doet vrijwilligerswerk
- Vaker incidenteel
- Minder tijd/intensiteit





-27% INZET PER MATCH

HET LIGT NIET AAN COMMITMENT, MAAR AAN BESCHIKBARE TIJD



- -32% minder mensen die meer willen doen komend jaar (t.o.v. 2021)
- -40% minder dagdelen onbenut (t.o.v. 2021)

DE PARADOX: MEER BEREIDHEID, MINDER RUIMTE

- Helft NL doet vrijwilligerswerk
- Vaker incidenteel
- Minder tijd/intensiteit

Dus: niet minder wil, wel andere vorm!



VOOR BIBLIOTHEKEN EXTRA RELEVANT

- 27.825 vrijwilligers
- 3,4 vrijwilligers per medewerker
- Activiteiten in 2024: **+18%**

De opgave groeit:

- De maatschappelijke vraag groeit
- De organisatorische complexiteit groeit

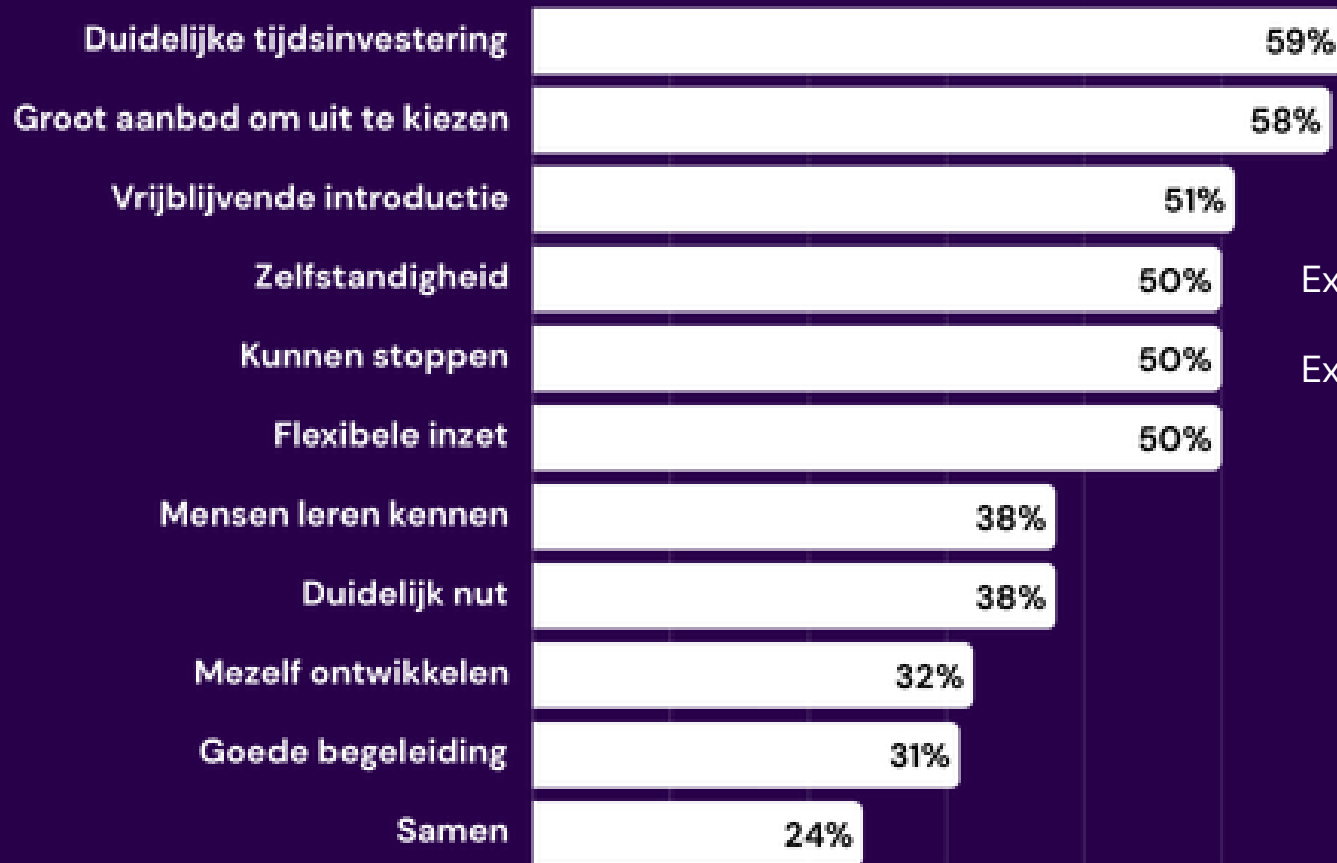




**TREND 1:
KUNNEN KIEZEN**

DIT ZOEKEN VRIJWILLIGERS

● % hoger dan een 8



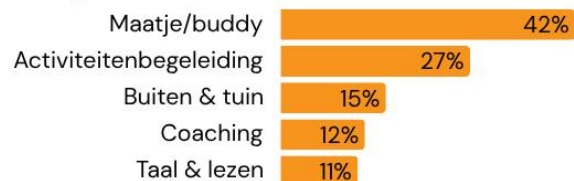
Extra belangrijk bij > 60 jaar

Extra belangrijk bij < 20 jaar

“Flexibiliteit”

Vrijwilligers: wat kiezen ze?

Categorie



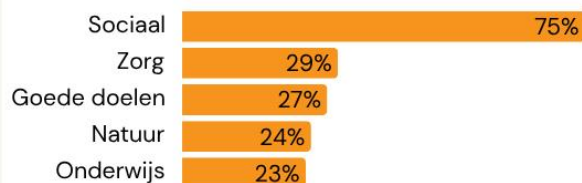
Categorie: groeiers



Categorie: dalers



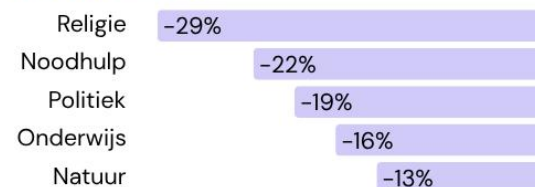
Thema



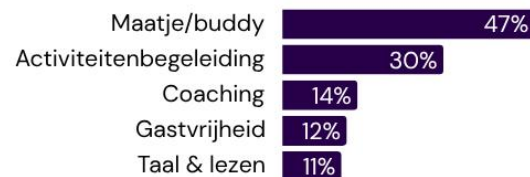
Thema: groeiers



Thema: dalers



Vrouw



Man



TIP: WAT PAST BIJ JE?

Bij kunnen kiezen en duidelijkheid, hoort ook keuzestress en -hulp.

Hebben jullie al een keuzewijzer of test?

(www.nlvoorelkaar.nl/test-talent)



JOUW TALENTEN

1/4

#test WAT DOE JE GRAAG?

Waar ben je goed in? Wat vinden anderen dat jouw talent is? Waar blink je in uit? ✨



HIER BEN IK GOED IN:

Vink er maximaal 3 aan

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Iets maken of fixen | <input type="checkbox"/> Actief of sportief bezig zijn | <input type="checkbox"/> Administratief of financieel handig |
| <input type="checkbox"/> Luisteren / contact maken | <input type="checkbox"/> Gastvrij en gezellig zijn | <input type="checkbox"/> Creatief |
| <input type="checkbox"/> Overzicht houden | <input type="checkbox"/> Marketing en communicatie | <input type="checkbox"/> Digitaal en ICT |

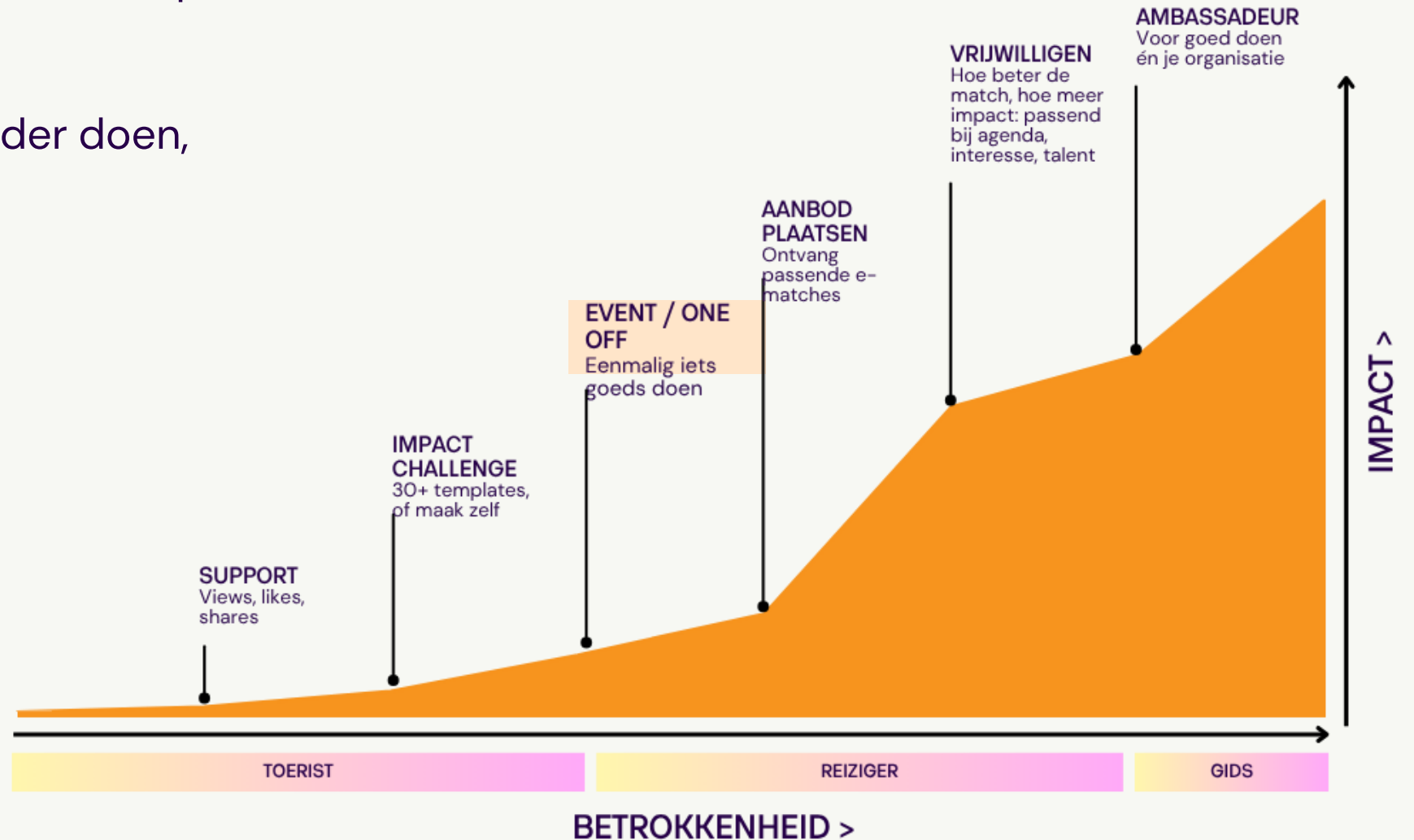
TREND 2: FLEXIBILITEIT



VRIJWILLIGE INZET 'REIS'

Eenmalig vrijwilligen is niet het eindpunt maar vaak het begin.

Het gaat niet altijd om minder doen, maar anders.





**TREND 3:
ONTWERP DE REIS, NIET DE VACATURE**



**TREND 4:
WIE VERTELT, WINT**

VRIJWILLIGERS

ZIJN DE

MISSCHIEN IETS TE STIL!?

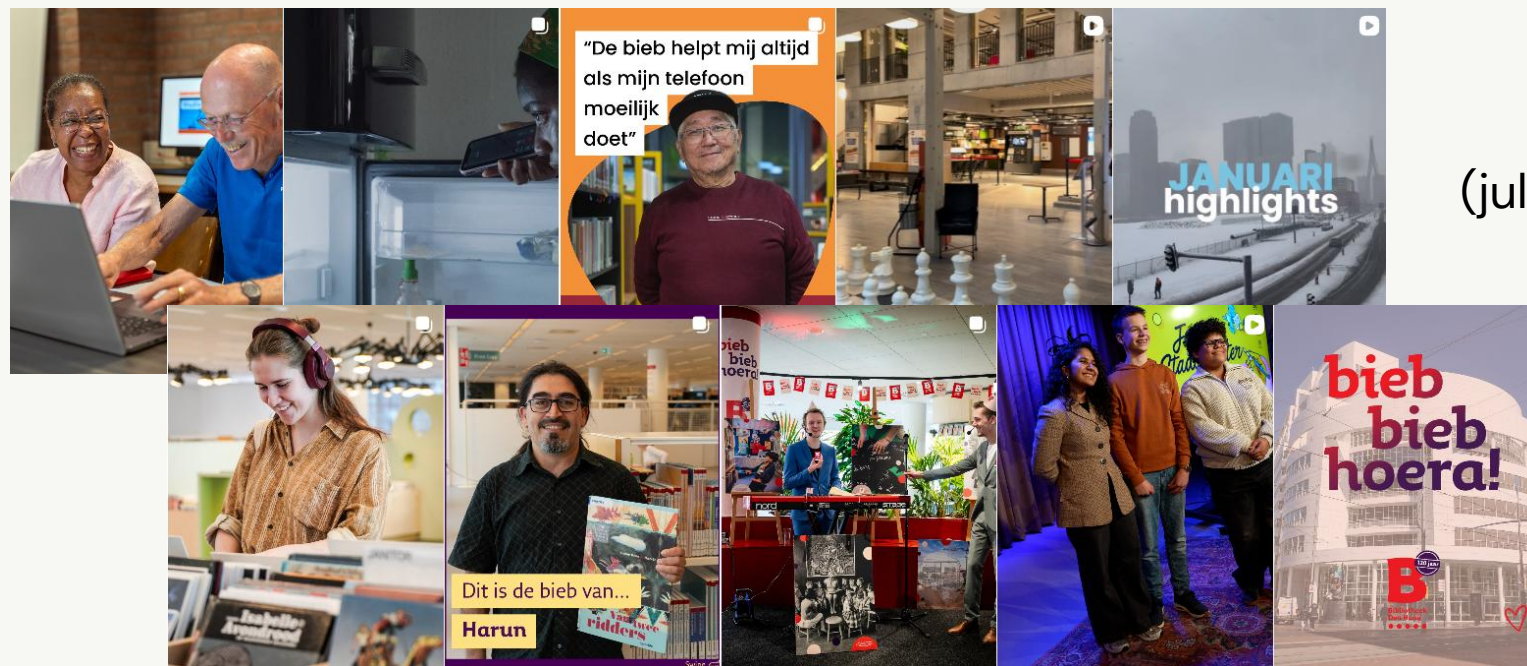
VERKACHT

VAN DE SAMENLEVING

**ER ZIJN MEER MENSEN DIE
VRIJWILLIGEN DAN HARDLOPEN,
PADELLEN OF DIT WEEKEND OP HET
TERRAS ZATEN...**

(maar toch zie je dat niet als je door je socials scrollt)

TERWIJL DIT DE MOOISTE VERHALEN ZIJN!



(jullie zijn al goed bezig!)

Verhalen (storytelling) werken beter door:

- Aandacht, emotie, herkenning en geheugen
- Oeroude menselijke logica /sociale werking

AUTHENTICITEIT IS GOUD IN COMMUNICATIE.

Authentieke verhalen zorgen voor e-motie.
Tot beweging. Tot vrijwilligen!

WAT BETEKENIT DIT?

- Van vullen naar verleiden
- Van één format naar een menukaart
- Van zenden naar zichtbaar maken





AI ALS VERSNELLER

- Vacatureteksten
- Social posts
- Samenvatten
- Doelgroepvarianten (persona's)
- Ideeën en formats
- Afbeeldingen genereren ;-)



8,5 dag

extra pppj!

BEDANKT!

Tip: lees verder op www.theimpactdept.com



2026

DO	VR	ZA
1	2	3
8	9	10
15	16	17
22	23	24
29	30	

