


Employee involvement: wie zijn de actoren?

Ariane Molderez



COLOFON

Cera CVBA:
Philipssite 5 bus 10 - 3001 Leuven - België
 www.cera.be

Redactie:
Ariane Molderez, Carabas

Coördinatie en vormgeving:
Dagmar de Graef

Vormgeving cover:
Met dank aan Comm'isa

Vertaling:
IdeeAfen
Dagmar de Graef

Verantwoordelijk uitgever:
Ariane Molderez

Datum:
14/02/2008

Deze brochure werd gepubliceerd ter gelegenheid van de Business & Society Belgium conferentie, "CSR Turning issues into opportunities" van 14 februari 2008.

Business & Society Belgium is een netwerk van én inspiratiebron voor bedrijven en bedrijfsverenigingen die maatschappelijk verantwoord ondernemen in hun beleid en in hun activiteiten willen integreren.

 02 515 09 78
 info@businessandsociety.be
 www.businessandsociety.be

Vrijwilligerswerk, de verpersoonlijking van onze fundamentele waarden



Vrijwilligerswerk heeft altijd al in de genen van Cera gezeten en manifesteert zich in steun aan talrijke initiatieven op allerlei niveaus: steun aan kleine initiatieven van patiënten, steun aan vrijwilligerswerkingen, vorming van vrijwilligers, publicaties, onderzoek, pilootprojecten, ...

Deze dynamiek ligt aan de basis van een humanitaire en solidaire samenleving en wordt door ons van zeer dichtbij gevolgd en gestimuleerd omdat het de vertaling is van onze meest fundamentele waarden (respect voor het individu, solidariteit en samenwerking).

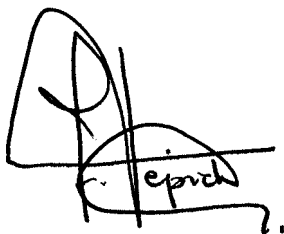
Dit heeft er voor gezorgd dat wij tot de pioniers behoren van werknemersvrijwilligerswerk (employee involvement) en dat wij sinds 2001 jaarlijks een interne vrijwilligersdag organiseren.

Wij stellen met veel genoegen vast dat steeds meer bedrijven geïnteresseerd zijn in de thematiek en wij willen dan ook hier mee onze steun bieden aan hen die er zich voor willen inzetten.

Het is niet de bedoeling van deze handleiding u van A tot Z werknemersvrijwilligerswerk uit te leggen, maar het is veeleer een aanvulling op de nog steeds zeer actuele publicatie 'Werk schenken. De werknemer als vrijwilliger: hoe en waarom?' (Cera, 2004). Wij hopen dat u hierin de nodige pistes vindt om u te engageren in het domein.

Als maatschappelijke investeerder, willen wij niet enkel een rol spelen als mecenas, maar willen wij ook onze tijd en kennis investeren in alles wat de maatschappelijke verantwoordelijkheid van bedrijven kan stimuleren. Dat is dan ook de reden waarom wij tot de stichters van Business & Society Belgium behoorden, een vzw die een centraliserende pioniersrol vervult op het vlak van maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) in België. Ik wil bij deze Business & Society Belgium feliciteren met de organisatie van de kwaliteitsvolle conferentie 'Turning issues into opportunities'.

Ik hoop dat deze publicatie u zal helpen bij het concretiseren van uw MVO-beleid en ik wens u veel leesgenot.



Frank Depickere, gedelegeerd bestuurder, Cera

Inhoudsopgave

3	Vrijwilligerswerk, de verpersoonlijking van onze fundamentele waarden
5	Vrijwilligerswerk, volwaardig onderdeel van uw MVO-strategie
6	De organisaties in België
6	L'Association pour le volontariat
7	Vlaams Steunpunt Vrijwilligerswerk (VSVw)
8	Toolbox
10	Tijdbank
11	De organisaties in het buitenland
11	ENGAGE
12	Beursvloer
13	Planeet in Nood
14	Lex Mundi Pro Bono Foundation
15	Steun op maat: consultants
15	Vorming
15	Vrijwilligersacademie Cera - UAMS
16	Volontiers volontaires aux cotés des patients - Cera
17	Meten is weten
17	The London Benchmarking Group
19	De Wellventure monitor™
21	The European Foundation for Quality Management (EFQM) model
22	Publicaties en Links
22	Publicaties
23	Links

Vrijwilligerswerk, volwaardig onderdeel van uw MVO-strategie

Werknemersvrijwilligerswerk is vanzelfsprekend voor veel Angelsaksische bedrijven. Ook in Frankrijk heeft deze dimensie van maatschappelijke verantwoordelijkheid een plaats gevonden in de MVO-strategie van veel bedrijven.

Het is een laagdrempelige instap voor iedereen en het maakt voor iedereen binnen het bedrijf duidelijk wat de verantwoordelijkheid en het engagement van de werkgever is ten opzichte van de maatschappij. Deze acties laten ondernemingen vaak toe om op die manier meer complexe MVO onderwerpen aan te snijden (diversiteit, milieu, ...).

Voor de Belg zit vrijwilligerswerk in de genen! Dit is misschien een verrassende uitspraak, maar het is inderdaad zo dat in België het aantal vrijwilligers in alle sectoren niet te onderschatten is. De Belg is echter niet gewend aan werknemersvrijwilligerswerk. Voor ons behoort het zich belangeloos inzetten voor een zaak die ons nauw aan het hart ligt tot de privésfeer, tot ons persoonlijke engagement. De overvloed van initiatieven en de decentralisatie van activiteiten, zorgen ervoor dat vandaag velen onder ons niet meer weten hoe we die initiatieven kunnen vinden die het beste bij ons passen.

Bedrijfsleiders hebben zich gerealiseerd dat ze een centraliserende en motiverende rol kunnen spelen door de organisatie van vrijwilligerswerk op zich te nemen.

Critici zullen zeggen dat dit een eenvoudige manier is om zichzelf een goed geweten te bezorgen, dat het maar een druppel op een hete plaat is of dat het laten uitvoeren van laaggekwalificeerde arbeid door hoogbetaalde professionals niet te rechtvaardigen is.

Aan deze critici willen we zeggen dat vrijwilligerswerk bijdraagt aan de menselijke dimensie van het bedrijf en aan de persoonlijke verrijking van iedereen die er aan deelneemt. Deze verrijking en de doelen die gekoppeld kunnen zijn aan deze acties (opleiding, visie, teambuilding) kunnen niet becijferd worden.

Werknemersvrijwilligerswerk maakt integraal deel uit van elke MVO-strategie. Bovendien mogen we vooral niet vergeten dat het een laagdrempelige zichtbare instap is voor iedereen, waardoor er te gepasten tijde een meer complexe materie kan worden aangesneden.

De organisaties in België

L' Association pour le volontariat

L'Association pour le Volontariat werd opgericht in 1974 en is een pluralistische organisatie die vrijwilligerswerk coördineert en promoot. De organisatie verenigt meer dan 1000 verenigingen uit Brussel en Wallonië.

Ø Doelen

- ✓ vrijwilligerswerk valoriseren voor het grote publiek en de officiële instanties to;
- ✓ bewerkstelligen van de erkenning van vrijwilligerswerk en het statuut van de vrijwilligers;
- ✓ beantwoorden aan de noden van verenigingen en de vragen van vrijwilligers door het verschaffen van informatie, door rekrutering en door vorming en oriëntering van de vrijwilligers;
- ✓ bewerkstelligen van overleg en coördinatie tussen de verschillende organisaties die werken met vrijwilligers.

Ø Diensten voor de leden

- ✓ hulp bij het rekruteren en oriënteren van kandidaat-vrijwilligers aan de hand van welbepaalde criteria per organisatie;
- ✓ gericht advies en inlichtingen in verband met het engagement van vrijwilligers op algemeen, juridisch, fiscaal, ... vlak;
- ✓ een abonnement op de nieuwsbrief 'Volontariat en Ligne - Flash Info';
- ✓ verscheidene opleidingsprogramma's;
- ✓ hulp van een documentatiedienst;
- ✓ uitnodiging op alle manifestaties georganiseerd door l'Association, en meer bepaald op de vergaderingen die gericht zijn op verenigingen (i.v.m. onthaal, omkadering, rekrutering van vrijwilligers).

Ø Diensten voor de kandidaat-vrijwilligers

- ✓ een gepersonaliseerd onthaal en hulp bij oriëntatie naar en keuze van een vereniging volgens de wensen en beschikbaarheden van elk individu;
- ✓ een regelmatig bijgewerkt overzicht van alle vragen naar vrijwilligers bij de verenigingen die lid zijn;
- ✓ verscheidene opleidingsprogramma's.

Ø Contact

- : www.volontariat.be
- ' 02 219 53 70
- : volontariat@skynet.be

Vlaams Steunpunt Vrijwilligerswerk (VSVw)

Het Vlaams Steunpunt Vrijwilligerswerk is een vzw die het vrijwilligerswerk in Vlaanderen wilt promoten. Ze ondersteunen organisaties, volgen recente ontwikkelingen in het werkveld en zetten initiatieven op.

Ø Advies

Je kunt hier terecht voor informatie over wetsvoorstellen, rechten en plichten van vrijwilligers en organisaties, en het toepassen van de regels in de praktijk. Vrijwilligerswerkingen kunnen er ook terecht voor advies over de instrumenten die het Steunpunt ontwikkelt voor de uitbouw en/of de uitvoering van het vrijwilligersbeleid. Er wordt advies op maat gegeven.

Ø Informatie

- ✓ Het driemaandelijks tijdschrift ACTIEF bevat relevante informatie over het vrijwilligerswerk in al zijn facetten. Er worden beleidsontwikkelingen opgenomen en het vrijwilligerswerk wordt vanuit diverse invalshoeken belicht. Elk initiatief vanuit een vrijwilligerswerking en/of sector dat een algemene relevantie heeft voor het werkveld, kan worden opgenomen.
- ✓ www.vrijwilligerswerk.be (zie ook p. 24). De website bevat een databank waarop men online vrijwilligersvacatures kan ingeven en raadplegen, een overzicht van gezamenlijke en lokale initiatieven rond vorming, publicaties, aanbiedingen en heel wat links.

Ø Vorming

Het VSVw geeft voordrachten en/of vormingssessies m.b.t. de rechten en plichten in het vrijwilligerswerk. Je vindt op hun website ook links naar opleidingen en vormingen van andere organisaties.

Ø Promotie

Een belangrijke pijler van de activiteiten van het Steunpunt is de promotie van het vrijwilligerswerk, o.a. door de jaarlijkse organisatie van De Week van de Vrijwilliger. Tijdens deze week wordt het vrijwilligerswerk extra belicht en wordt er een studiedag georganiseerd.

Ø Belangenbehartiging

Door het formuleren van bezorgdheden en standpunten van organisaties bij de betrokken overheden, tracht het Steunpunt een vrijwilligersvriendelijk klimaat te scheppen.

Ø Contact

- : www.vrijwilligersweb.be
- ' 03 218 59 01
- : info@vsvw.be

Toolbox

Ø Ontstaan

ToolBox groeide uit de overtuiging dat de socialprofit- en de forprofitsectoren complementair zijn: deze uitwisseling is verrijkend voor elke partij. Toolbox heeft een netwerk van vrijwilligers en werkt met non-profits in Vlaanderen, Wallonië en Brussel. De bedoeling is socialprofitorganisaties te helpen om meer en beter te werken met dezelfde middelen, door hun managementexpertise te verbeteren. Na een diepgaande analyse van een aantal organisatorische en strategische elementen (missie, visie, strategie, processen en infrastructuur), kunnen de non-profits rekenen op de ervaring en expertise van een groep vrijwilligers. De kwaliteit van deze vrijwilligers – en de ondersteuning ervan – is dan ook cruciaal.

Ø Vrijwilligers = ervaren professionals

Toolbox is constant op zoek naar ervaren professionals (minimum 5 jaar relevante ervaring) die 8 uur per maand willen vrijmaken voor Toolbox, en haar partnerorganisaties. Deze professionals hebben een zeer diverse expertise die over het algemeen valt onder 1 van de volgende categorieën:

- ✓ Algemeen management / Strategieontwikkeling
- ✓ Human Resources
- ✓ Communicatie / Marketing / Fondsenwerving bij private donors
- ✓ Legaal / Lobbyen / Fondsenwerving bij institutionele donors
- ✓ Financieel

Ø Een geslaagde overeenkomst tussen 3 partners: een bedrijfspartner, een non-profitorganisatie... en ToolBox!

Als onderdeel van hun MVO-beleid, beslisten een aantal bedrijven om een ambitieus sociaal project - een non-profitorganisatie - te ondersteunen. Dit project sloot aan bij hun waarden en leverde hen tegelijkertijd een aantal voordelen op.

De rol van ToolBox in deze onderneming is het strategisch coachen van het project, en de betrokken personeelsleden van de bedrijfspartners op te leiden en te coachen.

Ø Projectbasis

Elk partnerschap wordt gevoerd op projectbasis - met duidelijke objectieven en een gedetailleerd actieplan. De meeste projecten duren tussen 3 en 6 maanden. Het is wel mogelijk meerdere, opeenvolgende projecten op te zetten met dezelfde partnerorganisatie.

Ø Organisaties

Algemeen gesproken wordt er gewerkt met organisaties die binnen een van de volgende categorieën passen:

- ✓ Kinderen
- ✓ Adolescenten en jongvolwassenen
- ✓ Armoede/Uitsluiting
- ✓ Sociale Economie
- ✓ Andere

Ø Werkdomeinen

Toolbox begeleidt de partnerorganisaties binnen verschillende domeinen van hun organisatie:

- ✓ Management: leiding geven, cultuur, organigram, ...
- ✓ Strategische planning: identificatie van performantie-indicatoren, introductie van scorecards
- ✓ Communicatie – Positionering: definiëren van de kernboodschap en hoe deze over te brengen
- ✓ Financieel management: cashflowmanagement, kostenanalyse, rapportering
- ✓ Fondsenwerving: uitwerken van een coherente fondsenwervingstrategie
- ✓ Humanresource management: rekrutering, jobprofielen, carrièreplanning, evaluatietechnieken

Ø Het team van Toolbox

Het team van Toolbox investeert in het identificeren van goede partnerschappen, is actief betrokken bij het organiseren van allerhande workshops, en geeft projectondersteuning waar nodig/gewenst.

Ø Instrumenten

Toolbox heeft verschillende instrumenten ontwikkeld die de organisatie ondersteunen bij de selectie van organisaties, en bij het opvolgen en evalueren van de projecten.

Voorbeelden hiervan zijn:

- ✓ Een standaard vragenlijst die dient als basis voor een workshop waarbij de eigenheid, noden en verwachtingen van de socialprofitorganisatie worden geanalyseerd.
- ✓ Een 'conventie' waarbij de engagementen van beide partijen worden verduidelijkt.
- ✓ Een 360°-evaluatieinstrument waarbij feedback van alle belanghebbenden wordt geïntegreerd.

Het centrale kenniscentrum wordt constant gevoed vanuit de verschillende projecten, en kan zo continu de inbreng, processen en instrumenten van Toolbox verbeteren.

Ø Partners

One Child One Dream, Koning Boudewijnstichting, Bernheim Stichting, Cera, Triodos Fund

Ø Contact

- : www.toolboxh2o.org
- ' 02 213 14 95
- : info@ToolBoxH2O.org

Tijdbank

De Tijdbank is een onafhankelijke vzw die sinds september 2007 de vrijwillige inzet wil promoten en mogelijk maken van groepen mensen, vanuit organisaties (profit-bedrijven), voor andere organisaties (socialprofit). En dat via laagdrempelige en in tijd en ruimte afgebakende projecten met een sociale, culturele of ecologische meerwaarde.

Concreet kunnen bedrijven via de Tijdbank socialprofitprojecten adopteren. Medewerkers en directie (de Tijdgever) investeren samen tijd in die projecten: ze stellen een pakket van uren samen, omschrijven welke competenties ze in huis hebben en 'storten' dat op de Tijdbank. Socialprofitorganisaties (de Tijdnemer), van hun kant, leggen een concreet project voor aan de Tijdbank en de Tijdbank zelf zoekt een ideale match en coördineert het duidelijk afgebakende Tijdbankproject.

Ø De Tijdbank hanteert de volgende principes:

- ✓ Professionalisme en resultaatgerichtheid. Onder meer door kwalitatieve matchings te bewerkstelligen, doeltreffende facilitaire diensten te verlenen, laagdrempelig te communiceren, op gezette tijden te evalueren enz.
- ✓ Duurzaamheid. De Tijdbank zal steeds, in doelstelling en methodologie, rekening houden met de principes van duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen.
- ✓ Complementariteit. De Tijdbank is niet bedreigend voor het huidige vrijwilligerswerk, maar complementair. Ze spreekt immers doelgroepen aan die zich anders minder vlug vrijwillig zouden engageren en richt zich niet tot individuen. De Tijdbank fungeert als smaakmaker.
- ✓ Laagdrempeligheid. In tijd en ruimte afgebakende projecten kunnen zowel incidenteel zijn als uitgroeien tot meer structurele samenwerkingsverbanden.
- ✓ Eerst lokaal en regionaal. De Tijdbank ontvouwt zich in eerste instantie in Vlaanderen, op lokaal en regionaal niveau. Op termijn kan ze, na een organische groei, eventueel een nationale of zelfs een internationale dimensie krijgen.

Ø De Tijdgever

Onder Tijdgever wordt verstaan: een groep van mensen behorend tot eenzelfde organisatie (bedrijf, onderwijsinstelling, vzw, overheid) die zich binnen een Tijdbankproject inzetten voor een organisatie met maatschappelijke, culturele of ecologische meerwaarde.

De Tijdgever vindt in de Tijdbank een formule die toelaat om zijn maatschappelijke, culturele en/of ecologische engagement concreet te maken.

De Tijdgevers nemen als groep de volgende taken op zich:

- ✓ ze stellen hun gezamenlijke competenties ten dienste van het Tijdbankproject binnen een afgebakend tijdsbestek;
- ✓ ze genereren binnen hun team de nodige individuele betrokkenheid bij het Tijdgeven, door het Tijdbankproject te erkennen en te ondersteunen;
- ✓ ze dragen samen de verantwoordelijkheid voor de uitvoering van het aangegane engagement;
- ✓ ze stellen een contactpersoon aan, verantwoordelijk voor de coördinatie.

Ø De Tijdnemer

De Tijdnemer is een organisatie met maatschappelijke, culturele of ecologische meerwaarde die binnen een Tijdbankproject Tijdgevers inzet.

De Tijdnemer vindt in de Tijdbank een formule die toelaat om nieuwe mensen bij zijn project te betrekken.

De Tijdnemer neemt de volgende taken op zich:

- ✓ hij formuleert zijn vraag op een zo accuraat mogelijke manier in functie van een concreet Tijdbankproject;
- ✓ hij draagt verantwoordelijkheid voor de uitvoering van het aangegane engagement.

Ø Partners

Deloitte, Unizo, Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, KBC, Voka Vlaams Economisch Verbond, Gemeente (Stad) Edegem, Bexpertise, Laga, VRT, Bond zonder Naam

Ø Contact

- : www.tijdbank.be
- ' 015 28 54 09 (Enkel indien dringend)
- : info@tijdbank.be

De organisaties in het buitenland

ENGAGE

ENGAGE is een internationale bedrijfscampagne die de kwaliteit en de omvang van werknemersvrijwilligerswerk in de ontwikkeling van gezonde en duurzame gemeenschappen wilt vergroten.

ENGAGE wordt geleid door het International Business Leaders Forum (IBLF) en Business in the Community (BITC) en het helpt om het concurrentievermogen van bedrijven te doen toenemen en om de noden van de gemeenschap in te vullen met tijd, talent, energie en middelen van werknemers.

U kunt ENGAGE contacteren als uw bedrijf strategisch advies wilt over hoe een werknemersvrijwilligersprogramma te ontwikkelen, als uw bedrijf meer internationale voorbeelden van werknemersvrijwilligerswerk wilt leren kennen of als uw bedrijf wilt weten welke organisaties u kunnen helpen bij het opzetten van een programma voor werknemersvrijwilligerswerk.

Ø Doelen

ENGAGE werd opgericht in 2002 en heeft sindsdien samengewerkt met nationale en internationale bedrijven, ngo's en bedrijfsintermediaren die ervaring en expertise hebben in werknemersvrijwilligerswerk om:

- ✓ het aanzien van werknemersvrijwilligerswerk en de rol ervan in een bredere MVO-agenda te verhogen;
- ✓ bedrijven te helpen bij het ontwikkelen van een werknemersvrijwilligersprogramma dat aansluit bij de noden van het bedrijf en van de gemeenschap;
- ✓ de ontwikkeling van een werknemersvrijwilligersprogramma te bewerkstelligen op die plaatsen waar de impact het grootst is;
- ✓ een netwerk van organisaties op te bouwen en te ondersteunen dat bedrijven adviseert en steunt en dat toegang verleent tot werknemersvrijwilligersopportunities.

Ø Netwerk

ENGAGE kan steunen op een groot netwerk van lokale organisaties die met bedrijven werken om hun impact op de maatschappij te verbeteren en die een internationaal kader kunnen scheppen voor steun aan ontwikkeling van werknemersvrijwilligerswerking.

Nationale partnerorganisaties zijn goed geplaatst om:

- ✓ de lokale opportuniteiten te identificeren;
- ✓ de cultuur en verwachtingen van gemeenschappen over te brengen bij bedrijven en deelnemende werknemers;
- ✓ de gemeenschappen voor te bereiden op samenwerkingen met bedrijven;
- ✓ te zorgen voor een bespreking en evaluatie om te zorgen voor een samenwerking op lange termijn;
- ✓ er voor te zorgen dat werknemersvrijwilligerswerk beantwoordt aan lokale noden en om bedrijven te ondersteunen bij samenwerkingen met lokale, regionale en nationale overheden en de media.

Ø Samenwerking

ENGAGE heeft een erg succesrijk samenwerkingsmodel ontwikkeld met het 'key cities programme'. Het programma startte in Amsterdam, Frankfurt en Madrid, en wordt nu verder verspreid naar zes andere grote Europese steden. Het model verenigt bedrijven om samen te werken en op die manier de impact van de vaardigheden en de tijd van de werknemers, en van de andere bedrijfsmiddelen op de gemeenschap te vergroten. Dit samenwerkingsmodel is vrij nieuw op het Europese vasteland.

Ø Contact

- : www.iblf.org/activities/engage.jsp
- : www.bitc.org.uk/what_we_do/where_we_work/internationally/engage/index.html
- ' +44 20 7467 3600
- : engage@iblf.org
- : Maria-Jose.Subiela@BITC.ORG.UK (Maria Jose Subiela, ENGAGE Manager, BITC)

Beursvloer

Ø Doel

Op de Beursvloer worden maatschappelijke behoeftes verhandeld: vraag en aanbod van vrijwilligerswerk in de meest brede zin. De bedoeling is dat bedrijven, lokale overheden, serviceclubs, scholen, maatschappelijke organisaties en vrijwilligersorganisaties elkaar ontmoeten en in een informele en dynamische sfeer matches maken. Wat de ene over heeft of graag wilt bieden, is voor de andere zeer gewenst. Doel van een beursvloer is om matches tot stand te brengen. Veel matches, goede matches, onverwachte matches, concrete matches. Met als resultaat: winst voor de samenleving.

Ø Lokale beursvloeren

Er werd tot nu toe al op 45 plaatsen een beursvloer georganiseerd. In 2007 alleen al waren er in Nederland 25 lokale beursvloeren.

Beursvloer helpt lokale beursvloeren mogelijk maken. Hiervoor zoeken zij partijen die de organisatie van de lokale beursvloer willen oppakken. Samen met andere sectoren. Op de site leest u wat zij u kunnen bieden, wat er bij een beursvloer komt kijken en hoe u een lokale beursvloer kunt (helpen) organiseren. Op de website kunt u een toolkit downloaden: Deze toolkit bestaat uit een handleiding en verschillende bijlagen zoals een begroting en een draaiboek. De bijlagen kunt u apart downloaden. U vindt hier ook het Beursvloerlogo voor gebruik in uw eigen communicatie. Voordat u de toolkit kunt downloaden, wordt er wel gevraagd uw contactgegevens in te vullen.

Ø Niet direct om geld vragen

Op een beursvloer worden maatschappelijke en vrijwilligersorganisaties uitgedaagd om hun vraag niet direct te vertalen in een verzoek om geld. Vaak zijn andere, betere, meer voor de hand liggende en goedkopere oplossingen mogelijk waar geen of beduidend minder geld aan te pas komt. Een organisatie die altijd geld te kort komt heeft misschien meer aan een accountant die eens over de schouder van een penningmeester meekijkt om een begroting sluitend te maken, dan aan een fonds dat de financiële gaten telkens dekt. Bedrijven, overheden en instellingen worden uitgedaagd hun maatschappelijke betrokkenheid vorm te geven in concrete projecten. Die ontmoeting op de beursvloer leidt tot nieuwe contacten, nieuwe oplossingen en nieuwe initiatieven tussen partijen die elkaar doorgaans niet goed kennen.

Ø Veel buitenlandse belangstelling

In 2006 hebben de eerste beursvloeren naar Nederlands model plaatsgevonden in Duitsland (www.gute-geschaefte.org/). Verder zijn er concrete plannen in Noorwegen en Hongarije en is er interesse in Roemenië, Frankrijk, Schotland, Engeland, de Verenigde Staten en India. De Beursvloer lijkt dus ook buiten Nederland een geschikt instrument om maatschappelijk betrokken ondernemen te bevorderen.

Ø Partners

Fortis Foundation Nederland, KPMG en Movisie

Ø Contact

- : www.beursvloer.com
- ' +31 30 789 2000
- : k.vannistelrode@movisie.nl (Karin van Nistelrode)
- : p.schellekens@movisie.nl (Patty Schellekens)

Planeet in Nood

Planeet in Nood geeft vrijwilligers de kans om in het kader van internationale solidariteitsprojecten deel te nemen aan missies van korte duur (twee tot drie weken). De organisatie is gevestigd in Frankrijk en heeft een bureau in België. De ngo steunt op een ruim netwerk van lokale ngo's en directies van Natuurparken, die hun concrete behoeften en vragen melden aan de organisatie. Elke aanvraag wordt zorgvuldig geëvalueerd en vertaald in duidelijke, korte missies voor vrijwilligers. Op basis van hun persoonlijke profiel en kennis worden kandidaat-deelnemers gekoppeld aan een bij hen passend project. Zo stelde Planeet in Nood in 2006 een 250 tal projecten voor.

Ø Missies worden uitgewerkt rond drie thema's

- ✓ Basiseconomie (ondersteuningsprojecten voor vrouwen, opleidingen voor volwassenen)
In het Zuiden bestaat er geen beroepsopleiding voor de minderbedeelden. De missies helpen bij het opbouwen van vaardigheden en professionele efficiëntie van volwassenen en geeft hen bijkomende expertise om vernieuwende ideeën en projecten uit te voeren.

Deze missies zijn vooral bestemd voor professionelen die hun competenties in o.a. administratie, informatica, marketing, beleid en projectbeheer willen overbrengen.

- ✓ Scholing (concrete ondersteuning voor leesprojecten, vorming van leraren, ...)
De systemen voor scholing laten in de armere landen vaak te wensen over. Er zijn nog steeds generaties volwassenen die niet kunnen lezen of schrijven. Dit is een belangrijke hinderpaal voor een echte gelijkheid van kansen en een rem op de economische ontwikkeling.

Vrijwilligers die op deze missies vertrekken, leiden leesgroepen of werken mee aan het uitrusten of heropbouwen van schoolbibliotheken.

- ✓ Milieu (wetenschappelijk onderzoek, bescherming van de biodiversiteit)
Wegens moeilijke economische omstandigheden en een bevolkingsexplosie, is het beschermen van het milieu een grote uitdaging in ontwikkelingslanden. Nochtans is het uiterst belangrijk om duurzaam om te springen met natuurlijke grondstoffen om aan de armoede te kunnen ontsnappen.

Ø Bruggen bouwen tussen vele gebieden in het Zuiden

Planeet in Nood werkt momenteel aan het vergroten van het aantal Engelstalige projecten in Afrika en Azië. De organisatie bouwt zo bruggen tussen vele gebieden in het Zuiden met enorme behoeften en mensen die graag hun persoonlijke ervaring en vakkennis, hun vrije tijd en energie willen inzetten in internationale solidariteit projecten.

Ø Hoe worden de projecten gefinancierd?

Steeds meer bedrijven engageren zich in ontwikkelings- en milieuprojecten en steunen financieel hun medewerkers die hieraan willen meewerken. L'Oréal, TF1, IBM en Nestlé hebben recent medewerkers als vrijwilligers gesteund. Planeet in Nood stelt ook instrumenten ter beschikking voor interne communicatie en het delen van informatie voor collega's in deelnemende organisaties. Vrijwilligers kunnen ook zelf hun deelname bekostigen. Hierbij kan ondersteuning worden gezocht.

Ø Partners

Nationale en internationale partnerorganisaties tekenden een samenwerkingsakkoord met Planeet in Nood over het beheren van missies voor de organisatie. Een overzicht van alle partners vindt u op de website.

Ø Contact

- : www.planete-urgence.be – www.planete-urgence.org
- ' 0800 50 452
- : info@planete-urgence.be

Lex Mundi Pro Bono Foundation

Ø Foundation

Lex Mundi, een wereldwijde vereniging van onafhankelijke advocatenpraktijken, heeft een stichting opgericht voor het leveren van pro bono juridische diensten. De Lex Mundi Pro Bono Foundation kan rekenen op het volledige Lex Mundi network van 160 praktijken van bedrijfsadvocaten (met meer dan 500 kantoren in 100 landen) om pro bono juridische bijstand te leveren aan sociale ondernemers. Door sociale ondernemers broodnodige juridische bijstand te verschaffen, levert de Foundation haar bijdrage tot positieve sociale verandering.

Ø Doel

Het doel van de Lex Mundi Pro Bono Foundation is het leven van de armen en de minderbedeelden te verbeteren door het talent en de mogelijkheden van het krachtige Lexi Mundi-netwerk te gebruiken.

Ø Matchmaker

De Lex Mundi Pro Bono Foundation is een matchmaker. Binnen het Lex Mundi network zoekt de Foundation ervaren advocaten die pro bono juridische diensten willen leveren aan sociale ondernemers. Sociale ondernemers beslissen dan zelf of ze de voorgestelde Lex Mundi-advocaten al dan niet aannemen.

De Lex Mundi Pro Bono Foundation werd opgericht in januari 2006, en heeft ondertussen al meer dan 100 sociale ondernemers aan Lex Mundi-advocatenkantoren gematcht.

Ø Versterken van wetgeving ter ondersteuning van sociaal ondernemerschap en onderwijzen basis bedrijfsrecht

De Foundation mobiliseert teams van Lex Mundi-advocaten om wetgeving ter ondersteuning van sociaal ondernemerschap te versterken, en plant ook om het Lex Mundi-netwerk te gebruiken om onderwijs en training te geven aan sociale ondernemers over basis bedrijfsrecht en over doeltreffend gebruik van advocaten. De Lex Mundi Pro Bono Foundation is ervan overtuigd dat samen met de privileges die horen bij het juridische ambt, zij ook een bijbehorende verplichting hebben om te zorgen dat iedereen toegang heeft tot gerechtigheid en dat de wet wordt toegepast. Zij kiezen er voor om sociale ondernemers bij te staan omdat zij een grote positieve impact hebben op de armen en minderbedeelden en omdat ze de diensten van bedrijfsadvocaten nodig hebben.

Oorspronkelijk richtte de Foundation zich vooral op sociaal ondernemerschap en enkele specifiek gekozen projecten voor wettelijk hervorming. De Foundation wil nu echter haar werkgebied uitbreiden en wil zich in de volgende jaar ook concentreren op:

- ✓ hervorming van eigendomsrecht;
- ✓ versterken van rechtspraak in ontwikkelingslanden;
- ✓ gerechtelijke hervorming;
- ✓ opleiding en training van advocaten in ontwikkelingslanden;
- ✓ anticorruptie initiatieven.

Ø Partners

De Foundation wordt gesteund door de W.K. Kellogg Foundation, de David and Lucile Packard Foundation en de Shell Foundation

Ø Contact

- : www.lexmundiprobono.org/lexmundiprobono/Default.asp
- ' +44 1 202 429 81 69
- : droll@lexmundiprobono.org David L. Roll

Steun op maat: consultants

Om een vrijwilligersproject goed te laten verlopen, is er soms nood aan een bruggenbouwer, iemand die beide werelden kent en die uw bedrijf op maat kan helpen.

Er zijn veel consultants gespecialiseerd in MVO, enkele in werknemersvrijwilligerswerk.

Indien u extra hulp of begeleiding nodig heeft om uw eigen werknemersvrijwilligerswerk programma op poten te zetten, vindt u een lijst van consultants op:

Ø de website MVO Vlaanderen: www.mvovlaanderen.be, rubriek 'Employee Involvement';

Ø de website RSE Wallonie: rsewallonie.be, rubriek 'Instruments'.

Vorming

Vrijwilligersacademie Cera - UAMS

Een vrijwilliger die zich voor lange tijd inzet voor de werking van een vereniging vind je niet zomaar. Daarom heeft Cera een partnerschap opgericht met UAMS (Universiteit Antwerpen Management School) om een degelijk opleidingsaanbod uit te bouwen voor vrijwilligers.

De academie voor bestuurders en leidinggevende vrijwilligers van Cera is een forum waarin vrijwilligers de kans krijgen inzichten te verwerven in actuele uitdagingen op vlak van beleid en beheer in hun socialprofitorganisaties.

Ø Forum

De academie is een forum voor ervaringsuitwisseling, advies en getuigenissen.

In 2008 bv. worden 5 thema's aangeboden:

- ✓ Behoorlijk bestuur (1 dag)
Om uw doelstellingen te bereiken doet u als organisatie een beroep op de goede wil van velen. Om die inzet optimaal te benutten en in goede banen te leiden heeft u goede afspraken nodig. Op deze dag maakt u kennis met de voornaamste principes van deugdelijk of behoorlijk bestuur.
- ✓ Financieel beheer (2 dagen)
Financieel beleid wordt steeds belangrijker. Voor iedere organisatie, instelling of vereniging moeten de cijfers kloppen. Het is daarom uiterst belangrijk dat in de toekomst ook niet-economisch geschoolde mensen hun waardevolle engagement als bestuurder kunnen waarmaken. Verantwoordelijken binnen een organisatie kunnen niet zonder elementaire kennis van boekhouding en financieel management. In deze worden de noodzakelijke inzichten om te begrijpen, te interpreteren en te beoordelen aangereikt. Op een heel bevattelijke manier worden stap voor stap de belangrijkste principes en inzichten uit de doeken gedaan.
- ✓ Vzw-wetgeving (1 dag)
Het juridische kader waar vzw's rekening mee moeten houden is niet eenvoudig maar uiteraard wel erg belangrijk. De regelgeving en de interpretaties opvolgen is een hele taak voor het bestuur. Tijdens deze dag worden de belangrijkste actuele aandachtspunten uit de vzw-wetgeving behandeld. Naast de inleidende sessies zal er vooral ruim de tijd genomen worden om in te gaan op vragen en concrete problemen van de deelnemers.
- ✓ Communicatie en fondsenwerving (2 dagen)
Het verzorgen van de communicatie, zowel extern als intern is een essentiële opdracht voor iedere organisatie. In deze academie wordt er nagedacht over de manier waarop u deze communicatie organiseert. In het bijzonder wordt er aandacht besteedt aan initiatieven die u kunt nemen op vlak van fondsenwerving.

- ✓ HRM Hoger Rendement met Mensen (2 dagen)
Goed samenwerken met mensen. Daar staat of valt onze hele organisatie mee. Ook voor bestuurders zijn aspecten van humanresourcesmanagement hoe langer hoe meer een aandachtspunt. Het gaat daarbij zowel om de relatie met de professionele werknemers als om de samenwerking en besluitvorming binnen de raad van bestuur.

Ø Contact

- : www.uams.be/opleidingen/opleidingen_volgens_thema?opleiding=72&cat=38&url_type=thema
- ' 03 220 46 76
- : leen.herrijgers@ua.ac.be

Volontiers volontaires aux côtés des patients - Cera

Vrijwilligers leveren door hun toewijding een essentiële bijdrage aan het welzijn van patiënten. Om deze initiatieven aan te moedigen en om nieuwe vrijwilligers aan te trekken, heeft Cera een uitgebreid programma opgesteld om het vrijwilligerswerk in de gezondheidssector te valoriseren.

Ø Projectoproep in de Franse Gemeenschap

In de herfst van 2006 lanceerde Cera een projectoproep in de Franse Gemeenschap. Het was de bedoeling die projecten te ondersteunen die een wezenlijke bijdrage leverden aan het welzijn van de patiënt en/of zijn omgeving.

Ø Een studie

Cera gaf opdracht tot een kwantitatieve en kwalitatieve studie om de draagwijdte van vrijwilligerswerk in de gezondheidssector beter in te kunnen schatten.

Ø Drie rondetafels

In de herfst van 2007 organiseerde Cera drie rondetafels in de Franse Gemeenschap. Hier kon men in een open sfeer overleggen, en dit ten voordele van de patiënt, maar ook van de vrijwilligers, de verenigingen en de verzorgingsinstellingen.

Ø Een publicatie

Dit grote programma waarin theorie en praktijk werden samengebracht, en waarin er veel ervaringen werden uitgewisseld, zal uiteindelijk resulteren in een publicatie. Cera plant deze brochure uit te brengen in de loop van 2008.

Ø Contact

- : www.cera.be/cera/fr/projects/projects/national/social+healthcare/Volontiers+volontaires.htm
- ' 02 289 61 64
- : volontiersvolontaires-cera@yuluka.com

Metten is weten

Hoe moeilijk het soms ook mag zijn, het is toch heel belangrijk om uw inspanningen en de effecten daarvan te kunnen meten. In de bedrijfswereld zijn evaluatie en meetbare resultaten onmisbaar voor een visie op lange termijn. U kunt beginnen met klassieke evaluatieformulieren, maar er zijn enkele instrumenten die zeer nuttig kunnen zijn voor het maken van een diepgaande analyse van uw inzet voor de maatschappij, en van de winst voor alle betrokken partners.

The London Benchmarking Group (LBG)

Toen de LBG werd opgericht in 1994, werd de missie als volgt gedefinieerd: "het beter kunnen meten van efficiëntie en effectiviteit van alle vormen van maatschappelijk engagement door benchmarking technieken toe te passen".

De leden van de London Benchmarking Group zijn aanvankelijk begonnen met het meten van het werk dat ze als bedrijven uitvoerden om zo te bepalen of een benchmarkingaanpak kon worden ontwikkeld en op die manier de kwaliteit en effectiviteit van hun programma's kon worden verhoogd. In samenwerking met de Corporate Citizenship Company ontwikkelde de groep een logische, goed onderbouwde aanpak om bijdragen te meten en te valoriseren. Het resultaat hiervan is het London Benchmarking Model.

Ø Focus

Het model is opgebouwd rond de aard van het maatschappelijke engagement van bedrijven, en heeft zo 4 categorieën van engagement gedefinieerd:

- ✓ liefdadigheidsgiften,
- ✓ sociale of maatschappelijke investeringen,
- ✓ commerciële initiatieven,
- ✓ basis bedrijfsactiviteiten.

De bedoeling van de indeling in verschillende categorieën is om te meten hoe de motieven achter maatschappelijk engagement ondernemen kunnen beïnvloeden.

- ✓ Een liefdadigheidsgift wordt gegeven met een minimale verwachting naar wat een bedrijf er voor terugkrijgt – het wordt gezien als iets doen omdat het zo hoort.
- ✓ Een beleid van investeren in de maatschappij is goed gestructureerd en gedefinieerd door het bedrijf om er op lange termijn van verzekerd te zijn dat het iets opbrengt voor het bedrijf.
- ✓ Een commercieel initiatief naar de gemeenschap moet een rechtstreeks concurrentieel voordeel opleveren voor het bedrijf.
- ✓ De categorie basisbedrijfsactiviteiten helpt het verschil te maken tussen commerciële initiatieven naar de gemeenschap en de alledaagse activiteiten van een bedrijf. Hierover wordt afzonderlijk gerapporteerd, en ze worden niet geëvalueerd in het LBG-model.

Ø Input en output

- ✓ Het model geeft de nodige definities om de geldelijke waarde te bepalen van de 'inputkosten' van het maatschappelijke engagement van een bedrijf, ongeacht het feit of de bijdragen geleverd werden in cash, in tijd of in natura. Aan de hand van dit model worden al de kosten die voor het programma gemaakt werden opgeteld (o.a.: de salarissen, de voordelen en overhead van betrokken personeelsleden) en op die manier kan de volledige kost van het maatschappelijke engagement worden berekend.
- ✓ Naast het meer tastbaar maken van de 'input' van het maatschappelijke engagement, kan door het model ook geëvalueerd worden wat er echt wordt bereikt door de programma's. De 'output' wordt als volgt gedefinieerd:
 - het hefboomeffect van cash en andere middelen die werden aangebracht door het programma;
 - het voordeel voor de gemeenschap zoals bv. hoeveel mensen in de maatschappij baat hebben bij het programma;
 - het bedrijfvoordeel dat er uit voortvloeit.

Niet elke maatschappelijk initiatief genereert een hefboomeffect en een bedrijfvoordeel, maar er vloeit wel altijd een voordeel voor de gemeenschap uit voort.

- ✓ Door het vergelijken van de kostprijs van 'input' en 'output', kan de effectiviteit van programma's voor maatschappelijk engagement worden beoordeeld. 'Output' en 'input' kunnen in een matrix worden geordend om op die manier te evalueren wat het programma heeft bereikt. Deze 'input/output' matrix helpt programmamanagers bij het beantwoorden van vragen zoals hoeveel een project kost in tijd en geld, of de waarde van de bijdrage verhoogd kan worden door partnerschappen, wat de voordelen zijn voor het bedrijf en hoe het past in de maatschappelijke doelen in hun geheel.
- ✓ De 'input/output'-methode geeft advies over hoe je naar de kosten moet kijken van het ondersteunen en promoten van werknemersvrijwilligerswerk.

Ø Voordelen van het model

Het LBG model is hoofdzakelijk een instrument om managers van maatschappelijke projecten te helpen hun werk beter te doen. Het kan gebruikt worden om mogelijke nieuwe projecten met elkaar te vergelijken, om lopende projecten te evalueren en om alternatieve mogelijkheden en scenario's voor de toekomst te onderzoeken. Het model is ook erg handig om bedrijven te doen inzien wat maatschappelijke projecten enerzijds kosten en anderzijds bereiken. Bedrijven die het LBG model gebruiken hebben de volgende vier voordelen ontdekt:

- ✓ beter meten van maatschappelijke bijdragen
- ✓ meer communicatie en rapportering over maatschappelijk engagement
- ✓ verbeteringen in het interne beleid
- ✓ meer effectieve vergelijking tussen bedrijven.

Ø Andere aanpakken

- ✓ commerciële-winstmethode
Als bedrijven niet werken binnen het kader van hun kerncompetentie, stelt de LBG voor om de commerciële-winstmethode te gebruiken. Hierbij worden een serie vragen gesteld zoals "draagt de verworven vaardigheid bij tot een verbeterde prestatie van het team?" In sommige gevallen kan er gemakkelijk een geldelijke opbrengst worden toegewezen aan de verbetering (bv. hogere verkoopscijfers).
- ✓ basisvaardigheden benchmark
Hierbij worden er een aantal basisvaardigheden bepaald die nodig zijn voor het effectief uitvoeren van een baan. Als blijkt dat een individu meer vaardigheid heeft verworven in bepaalde aspecten van een baan, dan is, indien de oorspronkelijk vastgelegde basisvaardigheden accuraat werden bepaald, de productiviteit van een werknemer verhoogd.

Ø Contact

- : www.lbg-online.net/
- ' +44 20 7861 1616
- : lbg@corporate-citizenship.co.uk

The Wellventure monitor™

Om meer inzicht te krijgen op de effecten van haar programma's, om keuzes te kunnen onderbouwen en om de ervaringen van eerdere programma's te kunnen gebruiken als sturende informatie voor nieuwe programma's, was er bij Fortis Foundation Nederland (FFN) behoefte aan een adequaat meetinstrument.

In dit kader is er, in samenwerking met Prof.dr. Lucas Meijs (hoogleraar Vrijwilligerswerk, Civil Society en Ondernemingen van Rotterdam School of Management/Erasmus Universiteit Rotterdam), een meetinstrument ontwikkeld waarmee de effecten van maatschappelijke activiteiten in kaart kunnen worden gebracht.

Ø Ambitie

Het was de ambitie een meetinstrument te ontwikkelen dat ook door andere bedrijven kan worden gebruikt en:

- ✓ de effecten van maatschappelijk betrokken activiteiten inzichtelijk maakt;
- ✓ sturingsinformatie genereert;
- ✓ bijdraagt aan de professionalisering van maatschappelijk betrokken ondernemen;
- ✓ als een van de meetstandaarden zal worden gebruikt en erkend.

Ø Uitgangspunten

- ✓ De Wellventure monitor™ maakt de effecten van maatschappelijk betrokken activiteiten van bedrijven inzichtelijk. De nadruk ligt op het meten van de effecten van werknemersvrijwilligerswerk.
- ✓ Het effect van een specifieke maatschappelijk betrokken activiteit op 'de maatschappij' is Wellventure monitor™ niet te meten. Wat wel te meten is, is het effect van een maatschappelijk betrokken activiteit op de eigen organisatie en op de maatschappelijke organisatie en de doelgroep waarmee deze activiteit is ondernomen.
- ✓ Maatschappelijk betrokken activiteiten kunnen bijdragen aan verschillende aspecten. De Wellventure monitor™ onderscheidt 6 prestatievelden. De bijdrage aan die 6 prestatievelden is per activiteit verschillend en kan voor een specifieke activiteit op enkele velden 0 zijn. Er wordt gesproken van een maatschappelijk betrokken activiteit wanneer er zowel voor het bedrijf als voor de maatschappelijke organisatie ten minste 1 prestatieveld wordt gediend.
- ✓ Er wordt veel gesproken over een win-winsituatie. Dit instrument beoogt inzichtelijk te maken of die dubbele win oprecht behaald wordt.

Ø Hoe werkt het?

- ✓ De Wellventure monitor™ onderscheidt 6 prestatievelden. Per prestatieveld zijn er 3 criteria en per criterium verschillende instrumenten waarmee de bijdrage aan dat criterium gescoord kan worden.
- ✓ De prestatievelden en criteria staan vast, de meetinstrumenten zijn variabel. Vooraf wordt bepaald welke prestatievelden en criteria relevant zijn om te meten. Per project worden de geschikte meetinstrumenten geselecteerd: de basisenquêtes. Deze basisenquêtes kunnen vervolgens per project op maat worden gemaakt door vragen te verwijderen en terminologie aan te passen.
- ✓ De Wellventure monitor™ geeft inzicht in de effecten van een specifieke maatschappelijke activiteit, maar toont pas echt zijn waarde als men kijkt naar de optelsom van verschillende cases.

Ø Voor wie is dit instrument geschikt?

De Wellventure monitor™ kan niet voor alle bedrijven en alle vormen van maatschappelijk engagement werken: hiervoor is er te veel verschil tussen bedrijven en hun keuzes en doelen. Het opzet is geweest een instrument te ontwikkelen voor een zo breed mogelijke groep bedrijven, die zich actief bezig houden met maatschappelijke programma's. Om de toepasbaarheid zo groot mogelijk te houden is in het systeem een zekere mate van flexibiliteit gebouwd: andere bedrijven kunnen het systeem aanpassen op de volgende aspecten:

- ✓ Toevoegen eigen logo
- ✓ Keuze instellen van te gebruiken criteria en meetinstrumenten
- ✓ Aanpassen terminologie van de enquêtevragen

Het instrument is vooral geschikt voor bedrijven die zich bezig houden met maatschappelijke programma's rondom medewerkervrijwilligerswerk. Als bedrijven zich op een andere manier

maatschappelijk inzetten (bijvoorbeeld door geld te schenken, sponsoractiviteiten, etc.) kan dit instrument nog steeds gebruikt worden. Het zou dan wel kunnen zijn dat het prestatieveld 'participant/intern' niet of minder van toepassing is. In principe werkt de betreffende organisatie dan gewoon met 5 prestatievelden. Zij kunnen het niet van toepassing zijnde prestatieveld laten vervangen door een ander, voor hen relevanter, prestatieveld (deze flexibiliteit zit niet standaard in het systeem gebouwd). Dit geldt ook voor bedrijven die zich alleen voor dieren of natuur inzetten, en voor wie het externe prestatieveld 'participant' dan niet van toepassing zal zijn, althans niet zoals deze nu is opgezet en benoemd.

Dit meetinstrument gaat uit van een samenwerking met meerdere maatschappelijke organisaties. Bedrijven die uitsluitend met één maatschappelijke organisatie samenwerken, zullen waarschijnlijk veel dieper te rade kunnen gaan bij deze maatschappelijke organisatie dan nu in dit instrument voorzien is.

Het systeem is maar beperkt geschikt voor maatschappelijke organisaties, die zo hun samenwerking met het bedrijfsleven willen meten. Dit omdat zij niet zo uitgebreid de bedrijvenkant kunnen bevragen als voorzien is in dit meetinstrument. Binnenkort start een traject waarbij een versie van dit instrument wordt gemaakt voor maatschappelijke organisaties.

Ø Opleidingen

Er worden regelmatig opleidingen georganiseerd om een de Wellventure monitor™ uit te leggen.

Ø Contact

: www.wellventuremonitor.nl/tool/index.aspx
' +31 30 226 44 02
: margot.vansluis@fortis.com

The European Foundation for Quality Management (EFQM) model

Ø Society Results section

Een van de criteria van het EFQM model is het criterium maatschappelijke resultaten waarbij het voor een bedrijf belangrijk is een goede score te behalen voor de bijdrage aan de maatschappij en de invloed op het milieu.

Ø Volledig bedrijfsmanagement

Echte kwaliteit stopt niet bij een goed product of een optimale procesbeheersing. Het zit in alle geledingen, in alle onderdelen van de organisatie en het omvat het volledige bedrijfsmanagement:

- ✓ verantwoordelijk leiderschap,
- ✓ inspelen op en integreren van wensen van klanten,
- ✓ goed omgaan met medewerkers, leveranciers, partners en buurtbewoners,
- ✓ rekening houden met de wensen van aandeelhouders,
- ✓ de rol in de samenleving niet uit het oog verliezen,
- ✓ het goed aanpakken van vernieuwing.

Ø Criteria

Het EFQM model schept met zijn negen criteria – verder onderverdeeld in subcriteria – een kader om al deze aspecten te onderzoeken en er acties tot verbetering voor op te zetten.

Vijf criteria vormen de zogenaamde 'enablers' of 'maakfactoren'. Leiderschap staat niet toevallig vooraan. Het leiderschap stuurt immers het beleid, de strategie, de mensen, de partners, de middelen en de processen.

De mate waarin deze 'maakfactoren' ontwikkeld en beheerst zijn, bepaalt de resultaten.

Het EFQM model onderscheidt vier soorten resultaten:

- ✓ kernresultaten
- ✓ resultaten met betrekking tot medewerkers
- ✓ resultaten met betrekking tot klanten
- ✓ resultaten met betrekking tot de samenleving.

Een zelfevaluatie laat toe om de sterke punten en het verbeterpotentieel vast te leggen. Aan de hand van het RADAR-mechanisme, eigen aan het EFQM Excellence Model, kunnen de prestaties ten opzichte van de criteria gekwantificeerd worden en omgezet in een score. Deze werkwijze laat meteen toe om de vorderingen van de organisatie in de tijd bij te houden.

Ø Contact

- : www.efqm.org
- : 02 775 35 11
- : info@efqm.org

Publicaties en links

Publicaties

Ø Werk schenken, Cera, november 2004



De werknemer als vrijwilliger: hoe en waarom?

Steeds meer ondernemingen ondersteunen hun werknemers om aan werknemersvrijwilligerswerk te doen in sociaal geëngageerde projecten. Dit past in de toenemende interesse van bedrijven voor maatschappelijk verantwoord ondernemerschap.

De mogelijkheden zijn legio: een dag 'goede werken' met het personeel, een aantal uren bedrijfstijd voor vrijwilligerswerk door werknemers, ... Door tijd en competenties te schenken groeit de onderneming uit tot partner in de uitbouw van een sociaal project.

U kunt deze gids, die ook in het Frans bestaat, gratis downloaden op de website van Cera: www.cera.be/publicaties

Ø Vrijwilligerswerk: de wet, Koning Boudewijnstichting, september 2006

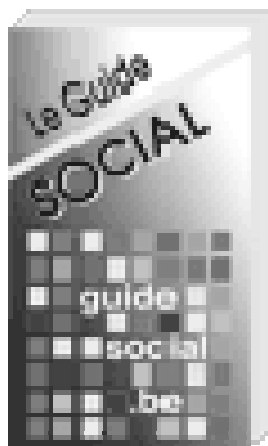


Een praktische gids die de wet op het vrijwilligerswerk toegankelijk en hanteerbaar maakt. De wet op het vrijwilligerswerk is goedgekeurd, en voor de eerste keer is er een wettelijke regeling die een aantal onduidelijkheden opruimt en de nodige bescherming biedt aan de vrijwilligers.

Dat is ook het opzet van deze publicatie: praktische en bruikbare antwoorden bieden op de concrete vragen die vrijwilligers en verenigingen zich stellen wanneer ze de wet toepassen.

U kunt deze gids, die ook in het Frans bestaat, gratis downloaden op de website van de Koning Boudewijnstichting: www.kbs-frb.be, rubriek publicaties

Ø Le Guide Social, FIGUS asbl



Dit is een gids van de psychologische, medische en sociale sector in Franstalig België. De gids wordt om de 18 maanden uitgegeven

U vindt in de gids:

- ✓ de adressen en beschrijvingen van verenigingen
- ✓ de coördinaten van officiële instanties.

Voor bijkomende inlichtingen:

FIGUS asbl

2 02 675 35 94

: m.bro@guidesocial.be

Ø Partenariats de solidarité : Optimiser l'implication des collaborateurs, IMS-Entreprendre pour la Cité, février 2008



Met het steeds belangrijker worden van MVO, zijn er steeds meer bedrijven die het maar niet meer dan normaal vinden dat hun betaalde werknemers worden betrokken bij het afsluiten van partnerschappen met verenigingen. Maar, in de praktijk is dit natuurlijk niet altijd even gemakkelijk toe te passen. Van daar ook de vraag: hoe kan men de inzet van medewerkers optimaliseren? Deze gids is de synthese van een werkgroep van leden van het IMS-netwerk die gedurende een jaar samenkwamen, en bespreekt de nodige succesfactoren voor het opzetten van een maatschappelijk engagement waarbij de medewerkers betrokken zijn. Hij is bedoeld voor de personeelsdirecteur en de mecenaatverantwoordelijken, en bevat een checklist van de belangrijkste stappen, goede praktijken, en de nodige instrumenten om de impact te versterken van het mobiliseren van de werknemers op de werknemer zelf, maar ook op het bedrijf en de betrokken vereniging.

IMS-Entreprendre pour la Cité (France) werd opgericht in 1986 en verenigt meer dan 200 bedrijven door hen te begeleiden bij hun maatschappelijke engagement. Het netwerk helpt de bedrijven om projecten te ontwikkelen die waardevol kunnen zijn voor de gebieden waar ze plaatsvinden en die waardevol kunnen zijn voor een grotere sociale gelijkheid: inschakelen van potentieel gediscrimineerde bevolkingsgroepen (vooral in gevoelige buurten), bevordering van niet-discriminatie en diversiteitsbeleid, solidariteitspartnerschappen, toegang tot producten en diensten voor minderbedeelden, steun aan lokale socio-economische ontwikkeling.

Voor meer informatie:
IMS-Entreprendre pour la Cité
: +33 1 43 87 52 52
: info@imsentreprendre.com

Links

Ø www.yaqua.org

De Koning Boudewijnstichting en het Plate-forme francophone du Volontariat (vzw opgericht in 2002 ter erkenning en promotie van het vrijwilligerswerk die federaties en koepelorganisaties verenigt) willen bijdragen tot het promoten van burgerschap en willen het ontwikkelen van verenigingen ondersteunen.

- ✓ Doel van de YAQUA-website:
 - het publiek helpen door de bomen het bos te zien i.v.m. de vele manieren van burgerschap;
 - de zichtbaarheid van de bestaande initiatieven versterken;
 - het bieden van een forum waar vrijwilligers en verenigingen elkaar kunnen ontmoeten;
 - mensen aanzetten om nieuwe initiatieven op te starten door hen mogelijke pistes, voorbeelden en concrete en nauwkeurige informatie te verschaffen.
- ✓ YAQUA levert meerdere diensten aan burgers en verenigingen, o.a.:
 - een databank van verenigingen en initiatieven geklasseerd per thema of domein (13 in het totaal) en geografische ligging. De databank is toegankelijk via de onthaalpagina door te klikken op 'Vous recherchez des associations ou des projets';
 - een engagementsgids die praktische informatie verschaft over de 13 engagementsdomeinen (buurtwerking, duurzaam verbruiken, enz.). De gids is te consulteren via de onthaalpagina en door te klikken op 'Guide de l'engagement';
 - een elektronische nieuwsbrief.
- ✓ Contact
Vincent Gengler, Président de la Plate-forme francophone du Volontariat
: 0486.26.53.38
: admin-pfv@hotmail.com

Ø www.vrijwilligerswerk.be

Deze site is een samenwerkingsverband tussen de Provinciale Steunpunten Vrijwilligerswerk, Het Punt vzw (Steunpunt Brussel) en het Vlaams Steunpunt Vrijwilligerswerk met financiële steun van de Koning Boudewijnstichting. De website bevat een databank waarop men online vrijwilligersvacatures kan ingeven en raadplegen, een overzicht van gezamenlijke en lokale initiatieven rond vorming, publicaties, aanbiedingen en heel wat links.

Ø www.donorinfo.be

Donorinfo, stichting van openbaar nut, helpt bij de zoektocht naar een betrouwbare hulpverlenende organisatie om giften aan over te maken.

Op donorinfo.be vindt men per organisatie een informatiefiche. Dit fiche vertelt concreet wat de organisatie in kwestie doet en dus waarvoor de steun zal gebruikt worden.

De motivatie van de stichter, Erik van Baren, om Donorinfo op te richten, is privépersonen en ondernemingen aan te moedigen om mensen in nood, wereldwijd, te helpen.

Om haar totale onafhankelijkheid te bewaren, aanvaardt de stichting Donorinfo geen enkele gift, noch enige vorm van subsidies of sponsoring. De stichting dekt zelf haar kosten. De verenigingen die op de site willen verschijnen, dragen daarvoor geen enkele kost.

Ø www.mvovlaanderen.be

Het Digitaal Kenniscentrum stimuleert en informeert KMO's, grote bedrijven en organisaties uit de social- en non-profit over de toepassing van maatschappelijk verantwoord ondernemen in de praktijk. Maatschappelijk verantwoord ondernemen is een continu verbeteringsproces waarbij ondernemingen vrijwillig op systematische wijze economische, milieu- en sociale overwegingen op een geïntegreerde manier in de gehele bedrijfsvoering opnemen, waarbij overleg met de stakeholders, of belanghebbenden, van de onderneming deel uitmaakt van dit proces. Bij het thema Employee Involvement kunt u onder andere praktijkvoorbeelden, instrumenten en consultants vinden die u op weg helpen om hiermee aan de slag te gaan.

Ø www.positieve-economie.be/

POSECO, informatiecentrum voor een positieve en verantwoordelijke economie zet zich in voor:

- ✓ een economie ten dienste van de mens en niet omgekeerd.
- ✓ het integreren van menselijke en milieuwaarden in de economische processen.
- ✓ het aanmoedigen en helpen ontwikkelen van de individuele, verantwoordelijke houdingen.

Om dit te bekomen bundelen ze de krachten met de vele bestaande organisaties die dagelijks werken aan een economie met respect voor de waarden en normen van de mens en zijn omgeving.

Op hun portaalsite www.positieve-economie.be/ onder de rubriek Actie, vrijwilligerswerk, vindt u meer informatie.

Het merendeel van de teksten is gebaseerd op publicaties en websites van de betrokken organisaties.


Ariane Molderez - Carabas


Ariane Molderez (licentiaat toegepaste economische wetenschappen) is sinds 2007 consultant inzake maatschappelijke projecten.

Zij heeft vele jaren ervaring met het oprichten en animeren van een bedrijfsnetwerk om maatschappelijk verantwoord ondernemen te bevorderen (Business & Society Belgium). Bovendien werkte zij verscheidene jaren voor CEVORA (het opleidingscentrum voor werkzoekenden en bedienden van paritair comité 218) en leerde ze zo samenwerken met en motiveren van "kwetsbare" groepen. Ze werkte vier jaar in Afrika (Swaziland) voor ontwikkelingsprojecten en bouwde daardoor veel expertise op met internationale samenwerking. Ze put haar motivatie uit de impact die bedrijven en organisaties kunnen hebben op de maatschappij. Haar doel is concrete en innoverende projecten rond deze thematiek te bevorderen.

CONTACT

Ariane Molderez

 **0497 28 34 43**

 **ariane@carabas.be**

Cera - Samen investeren in welvaart en welzijn

Onder het motto '**Coöperatief mecenaat met een maatschappelijke meerwaarde**', beklemtoont Cera haar maatschappelijke opdracht. Zij doet dit door honderden projecten in het binnenland, en op beperkte schaal ook in het buitenland, financieel te steunen. De keuze valt op maatschappelijke projecten die voldoen aan reële behoeften van de maatschappij en die duurzame effecten bereiken, voor de samenleving in haar geheel en voor de vennoten van Cera in het bijzonder.

Bovendien moeten ze de coöperatieve waarden van Cera: *samenwerking, solidariteit, inspraak en respect voor het individu*, weerspiegelen.

Cera steunt projecten in de volgende domeinen:

- Armoede en Sociale uitsluiting
- Cera Expertisecentrum Ondernemen
- Kunst en Cultuur
- Land- en tuinbouw en Platteland
- Medisch-Sociaal
- Solidair bankieren en verzekeren in derdewereldlanden via BRS



Cera CVBA
Philipssite 5 bus 10
3001 Leuven

☎ 070 69 52 42

☎ 070 69 52 41

✉ info@cera.be

🌐 www.cera.be