



Volunteering for a
Sustainable World

R1 – De competentiecode voor vrijwilligers

10 november 2023



Co-funded by
the European Union



INHOUD

1.	De verschillen tussen FT-organisaties (A1)	3
1.1	De variatie in Fair-Trade koepelorganisaties	3
2.	Ervaringen voor de ontwikkeling van vrijwilligers (A2)	6
3.1	Actueel aanbod van de koepelorganisaties	6
2.2	Gewenste verbeteringen in het huidige aanbod van koepelorganisaties	7
2.3	Gevolgen van het niet veranderen van aanbod	7
2.4	Deskresearchresultaten voor A2	8
3.	Vergelijkend onderzoek naar competenties op het gebied van vrijwilligerswerk in Europese niet-formele onderwijspraktijken in België, Italië en Spanje (A3)	10
3.1	De huidige situatie binnen deelnemende Fair-Trade organisaties	11
3.2	De noodzakelijke veranderingen en verbeteringen	12
3.3	Richtlijnen of raamwerken voor het valideren van vaardigheden die zijn verworven bij vrijwilligerswerk die worden gebruikt/beschikbaar in de landen van de partners.	13
3.4	Conclusie van A3	16
4.	De relevante competenties van FT-vrijwilligers	17
4.1	De nieuwe en ervaren vrijwilliger	18
4.2	De perspectieven en ervaringen van huidige vrijwilligers met betrekking tot de ontwikkeling van vaardigheden (A4)	18
5.	De posities van Fair Trade-vrijwilligers	22
5.1	De eenhoorndroomwinkel	22
5.2	Soorten vrijwilligers	23
5.3	Uitgebreide rollen	24
6.	Werving van vrijwilligers in Fairtrade-organisaties	28
6.1	De vrijwilligersrollen in de Fair-Trade Shop in het wervingsproces	29
6.2	Werving van vrijwilligers in andere organisaties uit de derde sector	30
6.3	Wervingsproces	33
6.4	Goede praktijken en verbeteringen op het gebied van werving	34
7.	Ontvangst van vrijwilligers (A9)	37
7.1	De gastvrije organisatie	38
7.2	Erkennen en waarderen van vrijwilligerswerk	42

1. De verschillen tussen FT organisaties (A1)

Door middel van een enquête gericht op onze Fair-Trade-partners is een kaart van de organisaties gemaakt, waarin hun overeenkomsten en verschillen worden benadrukt.

Kernvragen voor dit onderdeel:

- Welke verschillen zijn voor het project het belangrijkst om in overweging te nemen?
- Wat bieden de Fairtrade winkels aan vrijwilligers?
- Wat zijn de standpunten ten aanzien van eenmalig, incidenteel vrijwilligerswerk en vrijwilligerswerk door derden?
- Wat zijn de toelatingseisen voor vrijwilligers?
- Wat zijn de standpunten van de organisaties ten aanzien van flexibele organisatie, eenmalige – incidentele – externe partijen en projectvrijwilligers
- Wat moet het VOW-project bestrijken, wat moet de inhoud zijn om impact te hebben binnen de partnerorganisaties en vervolgens de winkels?

1.1 De variatie in Fair-Trade koepelorganisaties

 OXFAM Magasins du monde		 OXFAM Intermón
Diensten koepel-organisaties aan winkels	Diensten koepel-organisaties aan winkels	Diensten koepel-organisaties aan winkels
Nieuwe vrijwilligers trainen "ontdek OMDM"	Training on specific topics (sales, management, products)	Train volunteers
Commerciële training (twee keer per jaar)	Professional staff support the shop	Provide campaign materials
Trainings over: Sales, management, verkoop, producten, Fair-Trade	Create campaign toolkits and resources	Central recruitment services (website, campaigns)
Dagelijke coordinatie en assistentie van lokale vrijwilligersteams	Internal system for placing orders, managing sales	E-learning platform for new volunteers
Organiseren van democratische evenementen		Internal platform for documents
Campagne middelen en toolkits ontwikkelen		Monthly newsletter
Coördinatie Fair-Trade gemeente proces		Physical annual meeting for sharing experiences and teambuilding
Maandelijks nieuwsbrieven: Commerciële, campagne, Fair-Trade gemeentes		Host board of volunteers that advises the board of directors
		Internal system for placing orders, managing sales

Hoofdactiviteiten winkels	Hoofdactiviteiten winkels	Hoofdactiviteiten winkels
Producten verkopen	Producten verkopen	Producten verkopen
Fundraising één ontbijt keer per jaar		Catering
		Cash and carry voor onafhankelijke winkels
Andere activiteiten door winkels	Andere activiteiten door winkels	Andere activiteiten door winkels
Evenementen bijv. donut economy expositie	Evenementen bijv. Fast Fashion Protest	Joining activities of other platforms (ngo's or Fair Trade)
Workshops	Campagne voeren	Campagne evenementen zoals fondsenwerving voor Oekraïne, Internationale Fair-Trade Dag, Fashion Revolution Day
Marktstal	Educatie over Fair-Trade & duurzaamheid in scholen	Drie campagnes per jaar
Twee campagnes per jaar met door vrijwilligers gemaakte content		
Productcategorieën	Productcategorieën	Productcategorieën
Eten en drinken	Eten en drinken	Duurzame mode Pyjama's, sokken, sjaals, tassen
Nijverheid	Mode	Eten Koffie, chocolade, suiker, thee
Kunst	Natuurlijke cosmetica	Sieraden
Schoonheid en welzijn	Nijverheid	Kinderspullen
Baby en kinderproducten	Sieraden	Natuurlijke cosmetica
Gourds	Boeken	Educatieve spellen
Sieraden		Boeken
Schriften, pennen etc.		Opbergspullen
Kleding, tassen, accessoires		
Schoonmaak		
Seizoensproducten		
No-waste lijn (north product)		
Meest verkochte categorieën	Meest verkochte categorieën	Meest verkochte categorieën
Kunst	Chocolade	Pyjama's
Sieraden	Koffie	Sokken
Lederwaren	Bruine suiker	Koffie
Textielen	Thee	Chocolade
Indoor decoratie	Kookingrediënten	Suiker

Demografie vrijwilligers	Demografie vrijwilligers	Demografie vrijwilligers
Gemiddelde Leeftijd: 50/70	Gemiddelde leeftijd: 54	Gemiddelde leeftijd >50
Startleeftijd: 63	Startleeftijd: ?	Startleeftijd: >50
% onder 35: ?	Gender: 87% vrouw	% onder 35: 12%
Gender: 85% vrouw	Gemiddeld opleidingsniveau: ?	Gender: voornamelijk vrouw
Gemiddeld opleidingsniveau: Hoger opgeleid	Politieke oriëntatie: ?	Gemiddeld opleidingsniveau: Hoger opgeleid
Politieke oriëntatie: Links leunend	Gemiddeld aantal uur p/w: 5	Politieke oriëntatie: ?
Gemiddeld aantal uur p/w: 1	% onder 35: ?	Gemiddeld aantal uur p/w: 4
Gemiddelde duur: 7,5 jaar	Gemiddelde duur: ?	Gemiddelde duur: 25% 1 jaar, daarna vooral rond 4 jaar
Vrijwilligers posities	Vrijwilligers posities	Vrijwilligers posities
"Mouvement" posities	Algemeen winkelpersoneel	Winkel Coördinator
Coördinatoren	Communicatie/evenementen personeel	Algemeen winkelpersoneel
DBB unit (Verwelkomen nieuwe vrijwilligers)	Educator	Stock management person
Team meeting leider	Product en voorraad manager	
Vertegenwoordiger in algemene vergadering		
Secretaris		
Commerciële posities	Winkelbestuur posities	Winkelbestuur posities
Algemeen winkelpersoneel	Voorzitter	Voorzitter
Etalage manager	Vice-voorzitter	Vice-voorzitter
Product categorie manager	Penningmeester	Penningmeester
Winkel ontwikkelingsmanager	Secretaris	Secretaris
Externe verkoper		HRM persoon
Soorteer manager		
Accountant		
Relatiemanager		
Winkelsbestuur posities		
Voorzitter		
Vice-voorzitter		
Penningmeester		
Algemeen bestuurslid		

2. Ervaringen voor de ontwikkeling van vrijwilligers (A2)

3.1 Actueel aanbod van de koepelorganisaties

Altromercato

Totdat Covid-19 toesloeg, organiseerde de organisatie trainingsmomenten voor vrijwilligers. Momenteel organiseert Altromercato geen trainingen.

Fundació Oxfam Intermon

Er zijn geen gestructureerde aanbiedingen van hulpmiddelen voor training online beschikbaar voor Spaanse Fair-Trade-vrijwilligers, of in ieder geval door FOI. De trainingen worden door de winkels zelf verzorgd. Er is een online platform dat een basisstartpakket biedt over Oxfam Intermon en Fair-Trade.

Oxfam-Magasins du Monde

Oxfam-Magasins du Monde biedt verschillende opleidingsmogelijkheden aan hun vrijwilligers. Nieuwe vrijwilligers kunnen deelnemen aan een eendaagse training 'Ontdek Oxfam-Magasins du monde'. Deze dag is opgedeeld in 4 delen: wat is Oxfam-Magasins du monde, wat is Fair-Trade, wat is het 'traject' van een product, en wat is het proces van de tweedehandskleding in Oxfam-Magasins du monde.

Deze organisatie organiseert ook trainingen voor hun vrijwilligers over:

- Presenteer en verkoop onze producten
- Producttraining (wat zijn de producten, wie zijn de partners...)
- Ontdek de processen van tweedehands kleding
- Het verwelkomen en opleiden van nieuwe vrijwilligers
- Ontdek onze pedagogisch gereedschap .
- De pedagogische "klimaatfresk " (<https://climatefresk.org/>)
- Ontdek het Open Food Network (<https://openfoodnetwork.be/>)
- Ook de Oxfam Breakfast-evenementen, die elk jaar in november worden georganiseerd, zijn voor de Belg een manier om meer te weten te komen over Fair-Trade.

2.1 Gewenste verbeteringen in het huidige aanbod van koepelorganisaties

Altromercato

- Betrek vrijwilligers vanaf het begin en betrek ze voortdurend.
- Het creëren van een opleidingsinfrastructuur, vooral voor nieuwe vrijwilligers, om hun competenties en kennis te ontwikkelen.
- Het zou erg nuttig zijn om ervaringen te faciliteren, bijvoorbeeld door een producent te bezoeken (in Italië) of online bijeenkomsten te organiseren met producenten in het buitenland.

Fundació Oxfam Intermon

- Creëer een gemeenschappelijk aanbod voor alle Fair-Trade-vrijwilligers met betrekking tot algemene Fair-Trade-concepten en de SDGs.
- Dit aanbod moet bestaan uit zeer visuele, toegankelijke en beknopte bronnen.

Oxfam Magazines du Monde

- Bestrijd de digitale kloof door meer IT-coaching, die de weerstand tegen verandering aanpakt die sommige vrijwilligers hebben.
- Versterk het zelfvertrouwen zodat ze de fairtradeboodschappen kunnen uitdragen. Houd er bij elke ontwikkeling rekening mee dat vrijwilligerswerk een bron van voldoening moet blijven.

2.2 Gevolgen van het niet wijzigen van het aanbod

Altromercato

- Moeilijkheden bij het behouden van winkelactiviteiten als gevolg van een gebrek aan werving van vrijwilligers in alle leeftijdsgroepen, maar vooral onder jongeren.
- Fairtrade-organisaties zijn vaak afhankelijk van vrijwilligerswerk; veel van de coöperaties en verenigingen die tot Altromercato behoren, beheren de winkels met de steun van vrijwilligers (meestal "oude" vrijwilligers). Het is essentieel om nieuwe modellen en nieuwe aanbiedingen te ontwikkelen om het aantal vrijwilligers te vergroten, vooral jonge vrijwilligers. Anders zal de Fair-Trade-organisatie ernstige problemen krijgen als de huidige vrijwilligers te oud worden om de winkels te runnen of besluiten om te stoppen met vrijwilligerswerk om verschillende redenen. bij het doorgaan met hun bedrijf.

Fundació Oxfam Intermon

- Een verlies aan kracht van de Fair Trade-beweging, aangezien de belangrijkste bewustmakingsruimtes (wereldwinkels) het vermogen zullen verliezen om consumptiegewoonten te veranderen.
- Ook vanwege het feit dat we Fair-Trade niet naar scholen, universiteiten, straatmarkten, parochies... kunnen brengen en het niet zichtbaar kunnen maken als een ethische consumptieoptie.

Oxfam Magazines du Monde

- Als Fairtrade-organisaties geen rekening houden met de evolutie van de samenleving en de manier waarop vrijwilligerswerk evolueert, bestaat het risico dat ze niet worden aangepast aan de realiteit en behoeften van de samenleving. Als organisaties niet regelmatig veranderingen doorvoeren, is het mogelijk dat hun ontwikkelingsaanbod niet voor veel mensen interessant is.

2.3 Deskresearchresultaten voor A2

Elke Fair-Trade-partner en RSM werd gevraagd om bureauonderzoek uit te voeren om te proberen relevante ontwikkelingservaringen/bronnen voor vrijwilligers te vinden. In totaal zijn er 35 bronnen gevonden. De middelen zijn vooral gericht op kennis, met name op de basisprincipes van Fair-Trade, dat wil zeggen labels, actoren, impact, of gerelateerd aan relevante maar meer overkoepelende duurzaamheidskwesties, zoals de klimaatcrisis en armoede. Er werden ook bronnen gevonden die de SDG's introduceerden. In zeldzame gevallen richten de middelen zich op het opbouwen van vaardigheden, dat wil zeggen hoe je ethische inkoop kunt doen, certificering van vaardigheden, vaardigheden op het gebied van belangenbehartiging of visuele merchandising.

- **De Fairtradeweek**

Ieder jaar wordt in België de “Fair-Trade week” georganiseerd. Tien dagen lang hebben veel verschillende activiteiten met betrekking tot Fair-Trade tot doel de gemeenschap bewust te maken van duurzaamheidskwesties. Oxfam-Magasins du Monde werkt normaal gesproken samen aan dit evenement om verschillende activiteiten voor te stellen die verband houden met hun campagne van het jaar.

Doelgroep: Iedereen die geïnteresseerd is.

Link: <https://semaineducommerceequitable.be/>

- **World café workshop**

De World Café-workshop is ontwikkeld door Centre Permanent pour la Citoyenneté et la Participation (CPCP) om Fair Trade te introduceren als alternatief voor conventionele internationale handel. Het is een manier om de stadia van de productieketen, de verschillende actoren en de positieve impact van Fair Trade te ontdekken. Deze workshop is een manier om geïnformeerd te worden over duurzame consumptie en kritisch na te denken over de consumptie van vandaag.

Doelgroep: Middelbare scholieren

Link: <http://www.cpcp.be/formations/world-cafe/>

- **Jonge voorstanders van eerlijke handel**

Het Fair-Trade Advocacy Office heeft trainingen ontwikkeld voor jongeren die pleitbezorgersvaardigheden willen opdoen op het gebied van Fair-Trade. In de beschrijving van de aanvraag voor deze training wordt gezegd dat jongeren “*Kennis en hulpmiddelen zullen verwerven om duurzame consumptie en productie, eerlijke handel, toeleveringsketens (voedsel, textiel, elektronica), handel en klimaatrechtvaardigheid, en sociaal verantwoorde ecologische transitie*».

Doelgroep: 18-30 jaar oud

Link: <https://fairtrade-advocacy.org/1-individual-applicants-participate-in-the-first-young-Fair-Trade-academy/> _

- **Belgische Fairtradefederatie**

De Belgische Fair-Trade Federatie biedt verschillende online ondersteuning om meer te leren over Fair-Trade. Ze hebben verschillende webinars en één rapport gemaakt. Alle informatie over de verschillende opleidingsmogelijkheden is toegevoegd aan de Excel-sheet.

Doelgroep: Iedereen die geïnteresseerd is

Link: <http://www.bftf.be/fr/>

- **Liefdadigheidswinkelorganisatie**

In Groot-Brittannië zijn liefdadigheidswinkels een belangrijk onderdeel. De liefdadigheidsretailorganisatie heeft een verzameling cursussen gecreëerd die een breed scala aan retailaspecten bestrijken, zoals kassawerk en visuele merchandising, en unieke liefdadigheidsretailaspecten zoals het gebruik van sociale media voor liefdadigheidswinkels. Hun cursussen zijn gericht op een combinatie van kennis- en vaardigheidsontwikkeling. Ze bieden cursussen aan voor elk functioneel aspect van de organisatie.

Doelgroep: Retail Charity Shop-vrijwilligers op elk niveau

Link: <https://charityretaillearning.com/learn>

- **Fair Share**

Dit e-learning platform promoot zichzelf als het eerste dat zich toelegt op Fair-Trade. Met gratis modules gericht op het introduceren van Fair Trade, management- en leiderschapskwesties, het onderwijzen van Fair Trade en meer. Vooral de “look and feel” en structuur van dit platform maken dit een interessant voorbeeld van iets dat in de context van dit project ontwikkeld zou kunnen worden. De inhoud is echter enigszins algemeen.

Doelgroep: Ondernemers, lokale overheden, studenten, docenten en burgers die geïnteresseerd zijn in Fair Trade.

Link: <https://fairsharetraining.eu/>

- **Vol+**

Een programma dat de vaardigheden certificeert die mensen ontwikkelen door deel te nemen aan vrijwilligerswerk. Er worden 5 ontwikkelingsniveaus onderscheiden: 1) beginner 2) leerling 3) competent 4) gevorderd en 5) expert. Het certificeert de volgende competenties: analyse en probleemoplossing, initiatiefleiderschap, teamwerk, interpersoonlijke communicatie, planning en organisaties, initiatief en zelfbestuur, flexibiliteit en innovatie. Het competentiecertificeringsproces bij Vol+ is afgestemd op de Europese richtlijnen voor het valideren van niet-formeel en informeel leren:

<https://www.cedefop.europa.eu/en/publications/4054>

Doelgroep: Vrijwilligers

Koppeling: <https://plataformavoluntariado.org/vol-plus/>
<https://plataformavoluntariado.org/wp-content/uploads/2022/02/vol-diptico-imprenta-eng-vf.pdf>

3. Vergelijkende studie over competenties op het gebied van vrijwilligerswerk in Europese niet-formele onderwijspraktijken in België, Italië en Spanje (A3)

In dit hoofdstuk bestuderen we het validatie-ecosysteem dat zich richt op vrijwilligerswerk in Fair-Trade-winkels in Europa. De drie Fair-Trade-partners werden uitgenodigd om een compleet beeld te geven van de stand van zaken op het gebied van validatie in Fair-Trade op nationaal niveau. Deze activiteit is gericht op het identificeren van de volgende aspecten van de validatie van vrijwilligersvaardigheden:

- **Validatie richtlijnen** op Europees en nationaal niveau
- **Validatiemethodologieën**: algemeen strategisch raamwerk om validatie mogelijk te maken
- **Validatie-instrumenten**: instrumenten en procedures om vaardigheden/ competenties te identificeren, documenteren en beoordelen
- **De acties die nodig zijn om validatie te bevorderen** binnen Fairtrade-verenigingen en binnen de vrijwilligers die daarbij betrokken zijn.

Wat is validatie?

Volgens CEDEFOP is de validatie van leerresultaten de bevestiging door een competente instantie dat de leerresultaten (kennis, vaardigheden en/of competenties) die een individu in een formele, niet-formele of informele setting heeft verworven, zijn beoordeeld aan de hand van vooraf gedefinieerde criteria en zijn voldoen aan de eisen van een validatiestandaard. Validatie leidt doorgaans tot certificering (Woordenlijst, [CEDEFOP](#)). Op Europees niveau is het belangrijkste document de CEDEFOP-publicatie [Europese richtlijnen voor het valideren van niet-formeel en informeel leren](#). Dit document benadrukt de belangrijkste stappen en kwaliteitsnormen voor validatie, maar desalniettemin zijn de richtlijnen in Europa op veel verschillende manieren geïnterpreteerd via verschillende projecten die zijn uitgevoerd door overheidsinstanties, derde sector- of organisaties met winstoogmerk.

De A2-vragenlijst

De volgende informatie werd verzameld via een vragenlijst van 7 vragen, beantwoord door de Fair-Trade-partners van het VOW-project van april tot juni 2022.

Vragen over de huidige situatie

1. Hoe wordt momenteel omgegaan met de validatie van de vaardigheden van vrijwilligers binnen de Fair Trade-beweging in uw land (op overkoepelend organisatie- en winkelniveau)? Indien van toepassing, hoe ziet het vaardighedenkader eruit?
2. Waar vindt u dat het huidige beleid en aanbod op het gebied van de validatie van vaardigheden van vrijwilligers tekortschiet?
3. Waarom is het belangrijk dat er wijzigingen en verbeteringen worden aangebracht in het beleid en het aanbod? Wat zouden de gevolgen zijn als er geen wijzigingen worden doorgevoerd?

Deskresearchvragen

4. Voeg links en gegevensrichtlijnen of raamwerken in voor het valideren van vaardigheden die zijn opgedaan bij vrijwilligerswerk die in uw land worden gebruikt/beschikbaar zijn (ze kunnen ook deel uitmaken van een EU-project).
5. Welke vaardighedenkaders zijn beschikbaar voor vrijwilligers in jouw land?
6. Wat is het wettelijke kader dat de validatie van niet-formele en informele competenties/vaardigheden in uw land reguleert?
7. Welke methodologieën en hulpmiddelen voor de validatie van vaardigheden voor vrijwilligers zijn er in uw land?

3.1 De huidige situatie binnen deelnemende Fair-Trade organisaties

De validatie van vrijwilligersvaardigheden in het land van de partners en in de Fair Trade-beweging

De Belgische partner Oxfam-Magasins du Monde heeft **geen raamwerk voor de validatie van vaardigheden** in gebruik. Er bestaat een document genaamd "[Plan dynamique des bénévoles](#)" waarin de verschillende rollen worden uitgelegd en de verwachtingen die Oxfam-Magasins du monde voor elke rol heeft. Alle vrijwilligers hebben toegang tot dit document en zijn verplicht het te lezen.

In Italië valt de validatie van vrijwilligersvaardigheden **niet onder de verantwoordelijkheid van Altromercato**. Er bestaat enige validatie voor curriculaire stages van school- of universiteitsstudenten, maar deze is niet systemisch en is gekoppeld aan specifieke overeenkomsten met scholen en universiteiten.

Dezelfde situatie in Spanje, waar de validatie van **vrijwilligersvaardigheden niet officieel is ontwikkeld**. Er is één validatieprogramma in Spanje dat voortkomt uit het [Spaanse Vrijwilligersplatform](#) en dat nuttig kan blijken voor de Fair-Trade beweging. Er zijn twee regionale vrijwilligersplatforms die het een beetje hebben ontwikkeld zonder groot succes: Aragón en Catalonië.

Wat ontbreekt er?

De partners zijn het erover eens dat **wat er nu bestaat meer gaat over de verwachtingen met betrekking tot een positie in het vrijwilligersteam**. Oxfam-Magasins du Monde spreekt bijvoorbeeld

liever over valorisatie dan over de validatie van vaardigheden. Bovendien zijn zij van mening dat “er geen gevoel van gebrek bestaat in ons huidige beleid inzake de validatie van vaardigheden”. In Italië worden de vaardigheden die zijn verworven bij vrijwilligerswerk tot nu toe slechts in sommige gevallen als belangrijk beschouwd en veel **vrijwilligers die zich bezighouden met eerlijke handel hebben geen behoefte aan erkenning** van de verworven vaardigheden. **De Spaanse partner (FOI) onderstreept het gebrek aan kennis over het onderwerp**. Het zal tijd kosten om het in het land te ontwikkelen en het zou populairder zijn als het bijvoorbeeld meer gewaardeerd zou worden door werkgevers. Uit het aantal afgegeven certificaten blijkt dat **het tot nu toe ondernomen initiatief in Spanje niet erg succesvol is**.

Het algemene idee is dat dit soort certificering nuttiger is voor jonge vrijwilligers of werkzoekenden, en minder voor senioren en mensen die niet op zoek zijn naar werk.

3.2 De noodzakelijke veranderingen en verbeteringen

In dit stadium **Oxfam-Magasins du Monde** werkt bij voorkeur aan de valorisatie/erkenning van vrijwilligers. Wat voor hen heel belangrijk is, is dat elke vrijwilliger duidelijk weet welke taken er van hem/haar verwacht worden, dit is de voorafgaande en belangrijkste voorwaarde. Als dit niet het geval is, kan dit de goede organisatie van de teams verstoren. Bovendien wordt de validatie niet uitgedrukt als een behoefte aan de huidige vrijwilligers van Oxfam- Magasins du Monde

AltroMercato in Italië richt zich op de noodzaak om meer jongeren als vrijwilligers bij Fair Trade te betrekken. In dat geval zou validatie essentieel worden om de diensten die zij leveren en de vaardigheden die zij leren te erkennen. Op deze manier wordt vrijwilligerswerk belangrijk voor professionele groei.

In Spanje richt **Oxfam Intermón** zich op communicatie en bewustzijn met betrekking tot validatie, om het potentieel van dergelijke voorgestelde validatieprogramma's te realiseren.

3.3 Richtlijnen of raamwerken voor het valideren van vaardigheden die zijn verworven bij vrijwilligerswerk die worden gebruikt/beschikbaar in de landen van de partners.

België

Er is **geen nationaal raamwerk/richtlijnen voor het valideren van vaardigheden op het gebied van vrijwilligerswerk in België**. Een manier om de door vrijwilligerswerk verworven competenties te valideren is het proces van “[Validation des Compétences](#)”. Dit is een proces waarbij competenties die zijn verworven via andere ervaringen dan het formele onderwijs door de staat worden gevalideerd, voornamelijk om een baan te kunnen krijgen. Dit proces is niet alleen gericht op het valideren van competenties die zijn verworven door vrijwilligerswerk.

Andere instrumenten ontwikkeld door private partners en de non-profitsector zijn:

- **CECI**

De stichting ULB - Engagée heeft een certificaat “Citizen engagement” (CECI) gecreëerd. Dit certificaat heeft tot doel de betrokkenheid van studenten tijdens hun studie te valoriseren. Het bestaat uit theoretische modules online, maandelijkse ontmoetingen met andere studenten die het programma volgen, en een stage van 150 uur bij een non-profitorganisatie. Succesvolle studenten ontvangen 10 extra-curriculaire ECTS (het equivalent van 2 cursussen). Dit certificaat is vrij nieuw aangezien het in 2021 werd gelanceerd.

Doelgroep: ULB-studenten

Link: <https://engagee.ulb.be/ceci/?msclid=a069523bd06211eca96c08ce7817a4ba>

- **Requapas**

Het is een Interreg-project (2018-2021) tussen Frankrijk en België, met als doel een betere erkenning van de competenties die zijn verworven door vrijwilligerswerk.

Doelgroep: Vrijwilligers in het algemeen

Link: <https://requapass.eu/page-1-0-0.html>

- **Vaardigheden van scoutleiders**

De scoutbeweging is zeer actief in België. Ze hebben een hulpmiddel ontwikkeld dat gericht is op scoutleiders om hen te helpen de verschillende competenties te bepalen die ze door hun vrijwilligerswerk hebben verworven en hoe ze deze kunnen gebruiken voor persoonlijke en professionele projecten. Deze competenties hebben alleen betrekking op soft skills.

Doelgroep: Scoutsleiders

Link: <https://scoutleaderskills.lesscouts.be/fr/home>

Italië

Het proces van het bouwen van het Nationale Systeem van Competentiecificering begon in 2012 en Decreet 13/2013 ontwierp het nationale en alomvattende systeem omdat het het hele scala aan kwalificaties omvat, van onderwijs, hoger onderwijs, beroepsonderwijs en zelfs kwalificaties met juridische waarde. De institutionele autoriteit die verantwoordelijk is voor de implementatie van het systeem is de Nationale Technische Commissie, geleid door het Ministerie van Arbeid en het Ministerie van Onderwijs, en samengesteld uit alle kwalificatie-autoriteiten. In januari 2018 is het Landsbesluit Nationaal Kwalificatieraamwerk in werking getreden. Dit op 8 januari 2018 gepubliceerde besluit voorziet in de vaststelling van het Nationaal Kwalificatieraamwerk (NQF) volgens de Aanbeveling over het Europees Kwalificatieraamwerk (EQF). Het definieert een duidelijke gemeenschappelijke reeks descriptoren voor de acht kwalificatieniveaus door te identificeren wat voor soort kennis en vaardigheden er zijn. Het decreet structureert de procedures voor het verwijzen van elke kwalificatie naar het raamwerk via het Nationaal EQF-coördinatiepunt dat is opgericht in ANPAL (Nationaal Agentschap voor Actief Arbeidsbeleid) en met de onafhankelijke evaluatie van Inapp. Tot nu toe bestaat er in Italië geen gemeenschappelijk raamwerk voor zachte vaardigheden die in vrijwilligerswerk worden verworven.

Andere instrumenten ontwikkeld door private partners en de non-profitsector zijn:

- **Lever Up**

Het is een model dat is gecreëerd om mensen te helpen de zachte competenties te waarderen die ze hebben verworven tijdens vrijwilligerswerk en andere activiteiten die de gemeenschap en de samenleving ten goede komen. Het is ontworpen op basis van de Validatie van Eerder Leren (VPL) dankzij de ervaring van de partners die deelnemen aan het “LEVER-project – Modelleren van informeel leren en transversale competenties verworven door vrijwillige ervaring om de werkgelegenheid en mobiliteit van burgers te vergroten”.

Doelgroep: alle soorten vrijwilligers

Link: <http://www.leverproject.eu/>

- **DYVO - Digitale technologieën voor het valideren van de competenties van jonge vrijwilligers**

Het project draagt bij aan het faciliteren en innoveren van de erkenning en validatie van competenties verworven door niet-formeel en informeel leren op het gebied van vrijwilligerswerk voor jongeren. Het belangrijkste doel is het vergroten van de inzetbaarheid en sociale participatie van jongeren, evenals de kwaliteit van het werk dat door jongeren-/vrijwilligersorganisaties wordt gedaan.

Doelgroep: Jeugdvrijwilligers

Link: <https://dyvo.eu/en/about/>

Spanje

De erkenning van de vaardigheden die zijn verworven door niet-formeel en informeel leren vindt plaats op regionaal niveau. Dit proces begon op institutioneel niveau met het Koninklijk Besluit 1224/2009, 17 juli 2009, tot erkenning van de professionele vaardigheden verworven door werkervaring ([Real Decreto 1224/2009, de 17 de julio](#)). In het eerste artikel van dit decreet worden de vereisten en procedures vastgelegd voor de erkenning en evaluatie van de beroepscompetenties verworven door niet-formeel onderwijs of werkervaring. Ook de effecten van de evaluatie en erkenning zijn in dit besluit opgenomen. Deze wet stelt de vereisten vast om te kunnen profiteren van de erkenning van de competenties verworven in niet-formeel onderwijs en arbeid. Deze eisen hebben betrekking op leeftijd, werkervaring, opleidingsniveau en nationaliteit. Dit decreet vermeldt ook de oprichting van een Evaluatie- en Monitoringsplan om de kwaliteit, efficiëntie en impact van deze decreten te beoordelen. Het is de bedoeling dat het plan wordt ontwikkeld door het Algemeen Staatsbestuur, de autonome regio's en de Algemene Raad voor de Beroepsopleiding ([Consejo General de la Formación Profesional](#)). Gegevens uit de autonome regio's zullen door de Algemene Staatsadministratie worden gebruikt om het plan te ontwikkelen. Ten slotte wordt een jaarverslag met mogelijke verbeteringen gepland aan de Algemene Raad voor de Beroepsopleiding. Er bestaan geen specifieke mechanismen om de vaardigheden van vrijwilligerswerknemers op nationaal niveau te erkennen.

Andere instrumenten die door particuliere partners en de non-profitsector zijn ontwikkeld, zijn:

- **VolPlus**

Het is het certificeringsprogramma van het Spaanse vrijwilligersplatform. De validatie van vrijwilligersvaardigheden heeft drie doelstellingen: (1) het erkennen van de impact van vrijwilligerswerk op de ontwikkeling van vaardigheden, (2) zichtbaar maken dat vrijwilligerswerk het leren en de ontwikkeling van professionele competenties bevordert, (3) het verbeteren van de inzetbaarheid van vrijwilligers. Om deel te nemen aan het programma moet de vrijwilligersorganisatie deelnemen aan het programma VOL+. Het programma VOL+ kent een aantal mensen (vrijwilligers en professionele medewerkers) die verantwoordelijk zijn voor het bevestigen van de vaardigheden van de vrijwilligers.

Doelgroep: Vrijwilligers

Link: <https://plataformavoluntariado.org/vol-plus/>

- **Reconce**

Het is een specifiek certificeringsproject voor jonge vrijwilligersorganisaties (Scouts, Don Bosco) en/of specifiek voor de vrije tijd. 1.512 Vrijwilligers zijn lid van het netwerk. 307 competentievalidatie verzoeken verwerkt.

Doelgroep: alle soorten vrijwilligers

Link: <https://recone.org/>

- **Talante solidariteit**

Het is een online platform voor training en certificering van zachte vaardigheden, gericht op vrijwilligers van sociale organisaties om de impact van hun solidariteitsactie te verbeteren. Het is opgebouwd rond 10 kerncompetenties met drie soorten inhoud. Om je in te schrijven op het online platform is het een voorwaarde om vrijwilliger te zijn in een sociale organisatie, aangezien het de opleiding in het veld is die het verwerven en ontwikkelen van competenties mogelijk maakt. De maatschappelijke organisaties kunnen via een overeenkomst met Talante aansluiten bij het programma Solidario. Dit initiatief is ontwikkeld door de Universiteit van Murcia. Tot 2019 hebben ruim 100 mensen zich aangesloten bij dit programma.

Doelgroep: alle soorten vrijwilligers

Link: <https://talantesolidario.org/>

3.4 Conclusie van A3

De resultaten van deze activiteit geven aan dat de validatie van vaardigheden die zijn verworven door vrijwilligerswerk in de Fair Trade-beweging nog in de kinderschoenen staat. De drie geïnterviewde organisaties erkennen het belang en de waarde van vrijwilligerswerk, maar zien het validatieproces niet als een prioriteit.

Er bestaat een zekere terughoudendheid bij delen van vrijwilligersorganisaties om hun activiteiten te presenteren als een persoonlijke en professionele groei, omdat ze denken dat dit de waarde van onnodigheid zou kunnen verminderen en vrijwilligerswerk naar een handelslogische dimensie zou kunnen brengen. Een ander obstakel dat de certificering van competenties in deze context tot een moeilijk proces maakt, is de buitensporige bureaucratisering van deze procedure, die vaak op gecentraliseerde wijze wordt beheerd door nationale of regionale autoriteiten. De bureaucratisering kan maatschappelijk werkers en vrijwilligers afschrikken, vooral in Italië.

Ten slotte zijn de partners van mening dat de validatie van vaardigheden een onderwerp is dat voorbehouden is aan jongere en/of werkzoekende vrijwilligers en minder aan degenen die niet op zoek zijn naar werk of met pensioen zijn, hoewel ze open staan om dit anders te zien.

Uitgaande van de verzamelde resultaten en de discussie gehouden in Rotterdam tijdens de LTTA (C1) kunnen we de volgende conclusie trekken:

- *In dit stadium is validatie geen prioriteit voor de Fairtrade-organisaties. Vóór deze stap is het belangrijk om de profielen en de rollen van vrijwilligers te definiëren. Validatie moet worden overwogen voor toekomstige ontwikkelingen.*
- *er is een gebrek aan inzicht in hoe validatie eruit zou zien binnen de organisaties en voor vrijwilligers.*
aan de andere kant beweerde de Fair-Trade-organisatie dat ze meer jonge mensen zouden moeten aantrekken. Het aanbieden van validatie zou hiervoor een hulpmiddel kunnen zijn; Het concept dat door de Fair-Trade-organisatie wordt gebruikt is 'valorisatie', dat is een breder idee van het geven van waarde en het belonen van vrijwilligerswerk; validatie zou er een aspect van kunnen zijn. Geen enkele Fair-Trade-organisatie heeft echter al validatie geïntegreerd in hun valorisatieaanpak.

4. De relevante competenties van FT-vrijwilligers

Binnen de uitgevoerde onderzoeksactiviteiten A1/A4 is dit onderwerp grotendeels in A4 behandeld. Door de focusgroepen die met huidige vrijwilligers werden georganiseerd, kregen we inzicht in welke competenties tijdens het vrijwilligerswerk voor FT werden ontwikkeld en welke niet – maar wel gewenst waren.

Tijdens C1 besteedde het consortium aandacht aan het definiëren van de noodzakelijke vaardigheden voor FT-vrijwilligers.

Het consortium is overeengekomen om de competenties te formuleren op basis van wat nodig is om vrijwilliger te worden, en wat er tijdens het vrijwilligerswerk kan worden geleerd.

Kernvragen van het consortium

- Wat is het uitgangspunt: de behoeften van onze organisatie of die van de vrijwilligers?
- Welke vereisten zijn impliciet verweven in de rekruteringsstrategie? Hoe worden vrijwilligers momenteel geselecteerd? Door hun competenties of hoe ze kunnen groeien?
- Wat zijn de basiscompetenties waarover alle vrijwilligers moeten beschikken?
- Hoe gaat het project in op de verschillen tussen soft skills en hard skills?
- Wat is het kernelement dat van invloed is op het vermogen om eerlijke handel wel of niet te bevorderen? (traditie, leeftijd, politieke schaal,...)

4.1 De nieuwe en ervaren vrijwilliger

Tijdens de C1-training creëerden de consortiumpartners - Beschrijvende profielen die zowel de minimumvereiste als het verwachte profiel van een ervaren vrijwilliger bevatten.



4.2 De perspectieven en ervaringen van huidige vrijwilligers met betrekking tot de ontwikkeling van vaardigheden (A4)

Dit deel van het rapport kwam tot stand door groepsdiscussies met actieve vrijwilligers van alle drie Fair-Trade-partners (Altromercato, Oxfam-Magasins du Monde en Fundacio Oxfam Intermon).

Deze groeps gesprekken werden gevoerd via een protocol opgesteld door het team van de Rotterdam School of Management. Ze behandelden meer onderwerpen dan hier worden weergegeven, die minder nuttig zijn voor WP1 en mogelijk nuttig voor andere WP's.

Hier wordt een lijst met competenties getoond waarvan de huidige vrijwilligers hebben uitgelegd dat ze deze door hun vrijwilligerswerk hebben ontwikkeld en waarvan ze vinden dat ze meer ontwikkeld moeten worden. De derde kolom vertegenwoordigt de competenties die door de vrijwilligers worden geïmpliceerd maar niet direct worden genoemd.

Vaardigheid	Ontwikkeld	Gewenst	Afgeleid
Campagne			
Vaardigheden voor campagnemanagement	✓		

Het ontwikkelen van educatieve projecten	✓		
Evenementmanagement	✓	✗	
Gegevensanalyse	✓		
Beheer online campagnevrijwilligers			—
Winkel			
Winkelverkoopvaardigheden	✓		
Externe verkoopvaardigheden		✗	
Coördinatie van mensen	✓	✗	
Coördineren van werk-/projectgroepen			—
Kassa	✓		
Kennis van winkeloperaties	✓		
Constructieve dialoog met klanten	✓		
Klanten service vaardigheden	✓		
Logistieke kennis	✓		
Didactische vaardigheden	✓		
Externe communicatie		✗	
Gelijktijdige organisatie van traditionele en episodische vrijwilligers			—
Flexibele planning en planning			—
Onboardingvaardigheden, afhankelijk van wensen en geschiktheid			—

Wervingsvaardigheden			—
Vrijwilligers motiveren om actief/verkoper/ambassadeur te worden			—
Vermogen om nieuwe manieren van werken te adopteren			—
Organiseer samenwerkingen			—
Begeleiden stagiaires			—
Eerlijke handel			
Kennis van productieprocessen	✓	✗	
Kennis over het mondiale zuiden	✓		
Consumptie kennis	✓		
Kennis van handelsrelaties	✓		
Kennis van economieën/economische realiteiten	✓		
Kennis van coöperaties	✓		
Interpersoonlijke vaardigheden			
Acceptatie van anderen	✓		
Autonomie	✓		
Vermogen om met anderen om te gaan	✓		
Aanpassingsvermogen	✓		
Probleemoplossing	✓		

Teamwerk	✓		—
Sociale vaardigheden – met nieuwe groepen	✓		
Empathie	✓		
Gastvrij	✓		—
Tolerantie	✓		
Creativiteit	✓		
Communicatie			
Communiceren over eerlijke handel	✓	✗	
Ruzie maken over problemen	✓		
Kennis delen	✓		
Spreeken in het openbaar	✓		
Gebruik gepaste taal	✓	✗	
Luisteren	✓	✗	
In staat zijn om te communiceren en zich te verhouden tot de leefwereld van zowel jongere als oudere vrijwilligers			—
Spreeken over de belangen van anderen			—
Ander			
Digitale empowerment	✓		

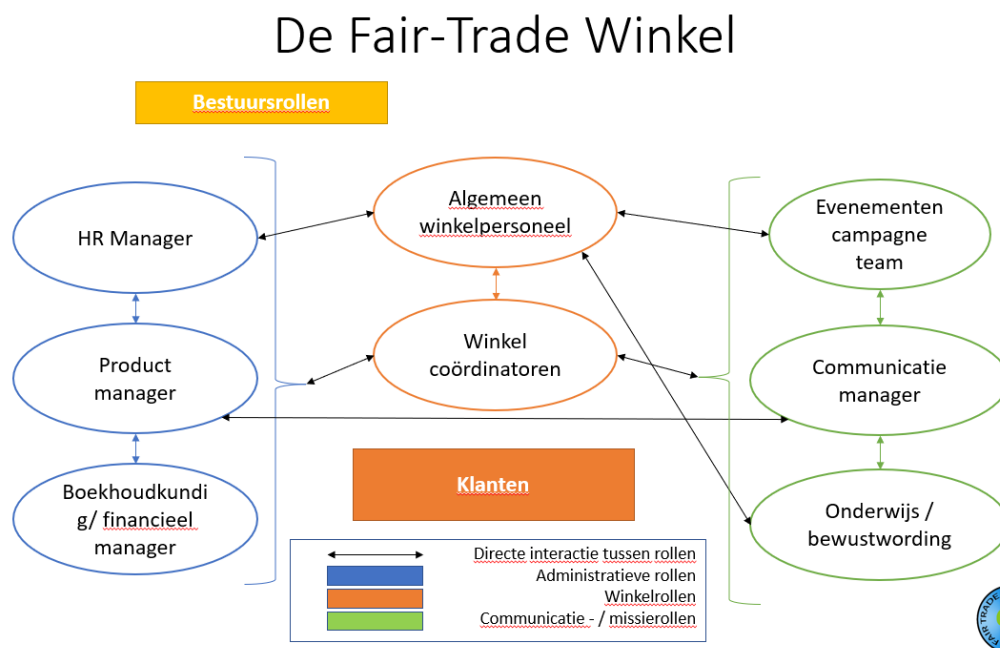
5. De posities van Fair-Trade-vrijwilligers

Tijdens het onderzoek van A1. Om inzicht te krijgen in de organisatorische verschillen tussen de partners is een vragenlijst uitgezet en zijn er interviews gehouden met de FT-partners.

Belangrijkste actuele vragen voor het consortium:

- Welke posities zijn geschikt om te worden ingevuld door episodische vrijwilligers?
- Welke concrete taken kunnen episodisch worden gemaakt?
- posities op instapniveau
- Zijn posities het uitgangspunt? Of zijn het vaardigheden/attitudes?
- Kan bedrijfsvrijwilligerswerk onderdeel zijn van vrijwilligerswerk of niet?

5.1 De eenhoorndroomwinkel



Figuur 1 - Ideale "unicorn dream shop" bedacht tijdens C1

Tijdens een C1-workshop werd het consortium gevraagd na te denken over wat de ideale winkel/team zou kunnen zijn, wat leidde tot de volgende functies en verbindingen:

Deze voorlopige winkelorganisatie is een functioneel model waarover de partners het eens kunnen worden en kan worden gebruikt om te praten over de verschillende werkelijkheden die in winkels voorkomen. Het weerspiegelt niet de huidige realiteit van elke winkel en het is ook niet wat er van winkels wordt verwacht.

5.2 Soorten vrijwilligers

Daarnaast heeft het consortium nagedacht over vrijwilligersprofielen. Dit is niet hetzelfde als concrete functies, maar eerder typen vrijwilligers, te onderscheiden door verschillende kenmerken.

Twee typen onderscheiden zich door de **regelmaat van hun bijdrage** :

Episodisch of project vrijwilliger

Draagt bij wanneer ze kunnen, maar niet regelmatig en niet voor lange periodes. Wel gemotiveerd en vaker jonger en met een drukkere agenda dan gemiddeld.

Regelmatige vrijwilliger

Een regelmatige bijdrager van tijd en energie. Kan opgebouwd worden voor de kern van operaties. Vaak hebben deze vrijwilligers ouder en hebben ze meer vrije tijd.

En nog twee typen onderscheiden zich door hun **houding tijdens het werken in de winkel**.

Verkoper

Gefocust op verkoop en de winkel draaiende houden

Storyteller

Gefocust op het vertellen van het Fair-Trade verhaal

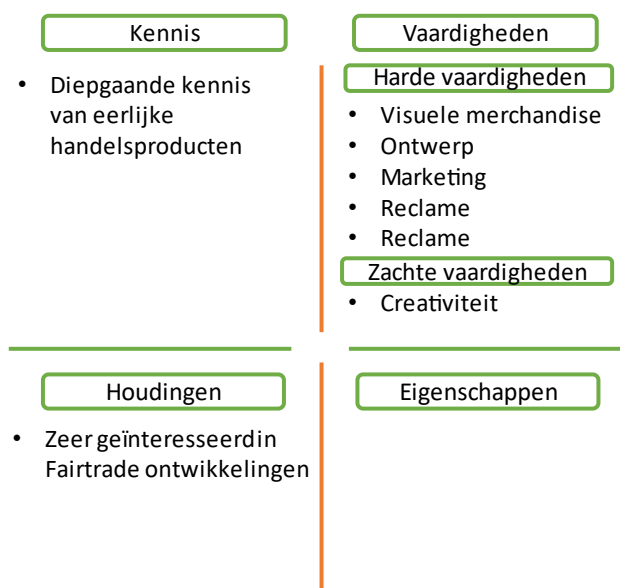
Holistische vrijwilliger

Kan het goed runnen van de winkel combineren met het overbrengen van het verhaal van Fair-Trade.

5.3. Uitgebreide rollen

Elke rol die werd beschreven als onderdeel van de eenhoorndroomwinkel, werd tijdens C1 uitgebreid, met een onderscheid tussen kennis, vaardigheden (zacht en hard), attitudes en eigenschappen. Het is de bedoeling dat de elementen in deze rollen worden gezien als een aanvulling op de profielen “nieuwe vrijwilliger” en “ervaren vrijwilliger” genoemd in 5.2. De resulterende profielen zijn een product van de profielen ingediend door de verschillende Fair-Trade partners.

Visueel productmanager



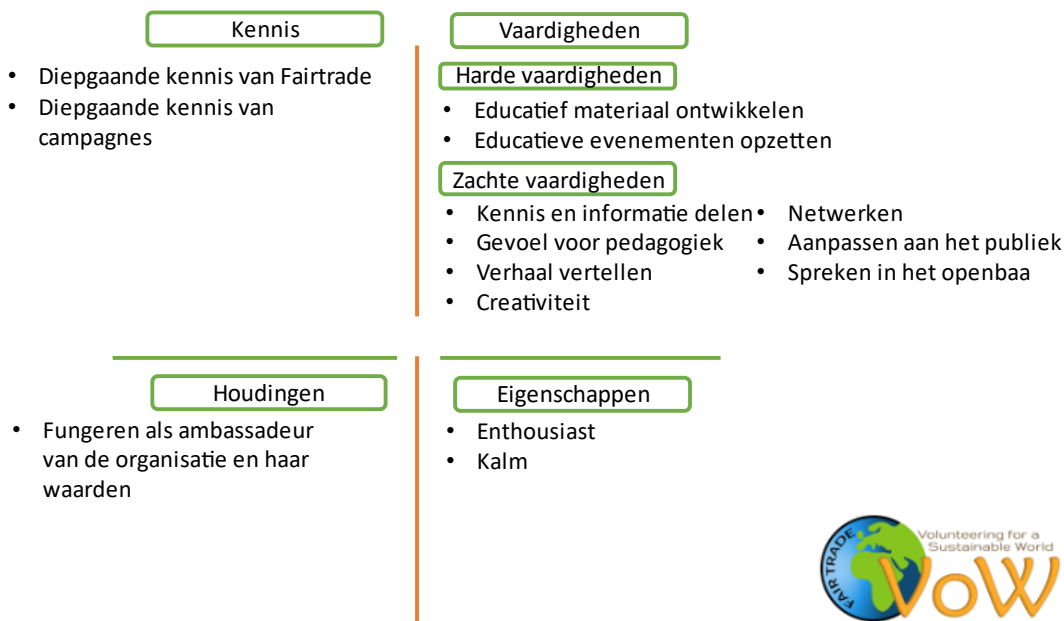
Winkelcoördinator



Financieel manager



Educator



HR Manager

Kennis

- Behoeften van vrijwilligers

Vaardigheden

Harde vaardigheden

- Lokale taal
- Personeelszaken

Zachte vaardigheden

- Luisteren
- Conflictoplossing
- Mensen begrijpen
- Probleem oplossen

Houdingen

- Openheid
- Vermogen om een sfeer van vertrouwen te creëren

Eigenschappen

- Mensenmens
- Geduld



Communicatie Manager

Kennis

- Diepgaande Fairtrade-kennis
- Kennis van bestaande campagnes

Vaardigheden

Harde vaardigheden

- Werving van vrijwilligers
- Sociale media
- Content creatie
- Visueel ontwerp
- Branding

Zachte vaardigheden

- Informatie/kennis delen
- Netwerken
- Organisatie
- Creativiteit

Houdingen

- Openheid naar de buitenwereld
- Zeer geïnteresseerd in Fair Trade ontwikkelingen

Eigenschappen

- Besluitvol



Campagnemanager

Kennis

- Diepgaande kennis van Fairtrade
- Op de hoogte van bestaande campagnes

Vaardigheden

Harde vaardigheden

- Organiseer evenementen
- Sociale media

Zachte vaardigheden

- Creativiteit
- Netwerken
- Verhaal vertellen

Houdingen

- Zeer geïnteresseerd in Fairtrade ontwikkelingen

Eigenschappen

- Mensen persoon
- Assertiviteit
- Nieuwsgierigheid



6.

6. Werving van vrijwilligers bij Fairtrade-organisaties

Na het eerste deel van R1, waarin we hebben ingestemd met gemeenschappelijke en specifieke vrijwilligersrollen in de Fairtrade-organisaties, onderzoeken we nu het rekruteringsproces voor vrijwilligers.

Het huidige onderzoek heeft zich enerzijds geconcentreerd op het rekruteringsproces binnen de Fair Trade-partners¹ en anderzijds op het rekruteringsproces in andere Fair Trade-organisaties in de EU.

Deze andere EU Fair Trade-organisaties komen uit Frankrijk, Polen, Duitsland, Denemarken, Nederland en Oostenrijk. De gemene deler van al deze bedrijven is dat ze allemaal met vrijwilligers werken.

Dit zijn de organisaties die hebben meegewerkt aan dit onderzoek:

1. [Artisans du Monde](#) (Frankrijk)
2. Poolse Fair-Trade Vereniging en Jeugdcentrum (Polen)
3. Wereldwinkel Rotterdam Centrum (Nederland)
4. Weltladen (Oostenrijk)

Daarnaast hebben we andere soorten organisaties uit de derde sector (op basis van duurzaamheid, detailhandel en economische rechtvaardigheid) gevraagd naar hun proces om te vergelijken of er verschillen zijn in hun wervingsprocessen.

Er zijn twee hoofdkenmerken met betrekking tot de selectie van deze niet-FT-organisaties uit de derde sector:

1. Het type organisatie:
 - a. Duurzaamheid.
 - b. Economische eerlijkheid.
 - c. Detailhandel voor liefdadigheidsinstellingen.
2. De omvang van de organisatie qua vrijwilligers:
 - a. Minder dan 20 vrijwilligers.
 - b. Ruim twintig vrijwilligers.

Deze organisaties, strategische medewerkers in dit onderzoek, waren:

1. België : [CNCD 11.11.11](#) , [Les Petits Riens](#) en [SOS Faim](#) .
2. Italië: Amnesty International Italië
3. Spanje: [Koopera](#) , [Ola sin plástico](#) , [Oiko Credit Euskadi](#) en [Fashion Revolution Euskadi](#) .

Voluntariado de España speciaal bedanken voor hun hulp en beschikbaarheid voor dit project.

6.1 De vrijwilligersrollen in de Fair-Trade Shop in het wervingsproces

Vanuit WP1 hebben we verschillende vrijwilligersrollen in de Fairtrade-sector, en in deze fase hebben we de partners en andere FT-organisaties naar deze rollen gevraagd.

Over het algemeen bestaan er binnen FT-organisaties verschillende rekruteringsmodellen, en het gewicht van de bij het proces betrokken actoren varieert van organisatie tot organisatie.

De twee belangrijkste rollen in het rekruteringsproces zijn de HR Manager en de Store Manager of het Store Coördinatieteam.

In het hoofdstuk over rekrutering gaan we dieper op dit onderwerp in.

De figuur van de HR-manager speelt een fundamentele rol in het rekruteringsproces; deze persoon kan een eenmansrol zijn of de winkelmanager die deze rol op zich neemt, of zelfs het winkelcoördinatieteam. Deze personen zijn degenen die de informatie hebben over wat de organisatie en de winkel nodig hebben en waar de aanstaande vrijwilliger naar op zoek is.

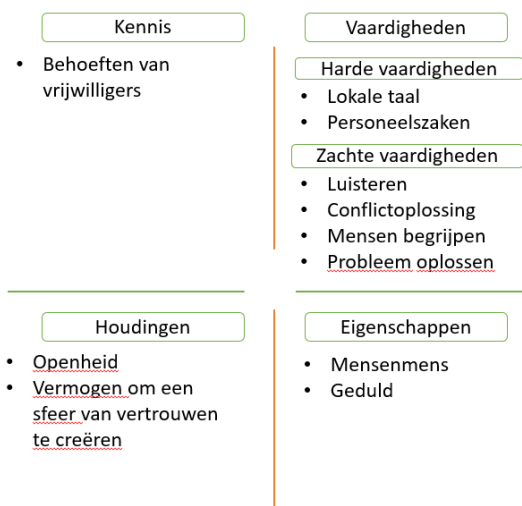
De overeengekomen definitie tussen de FT-partners over deze rol is:

HR Manager

De HR-vrijwilliger moet niet alleen de Fairtradesector, de betrokken producenten en de werking van de winkel kennen, maar ook het hele rekruteringsproces vanaf het begin:

- Kennis van de specifieke behoeften voor de winkel.
 - Dit onderdeel impliceert een open en frequente communicatie met het winkelteam.
- De tools binnen de organisaties om dit te doen en hoe deze tools te gebruiken:
 - Hoe de winkel vrijwilligers aantrekt: manieren en middelen.
 - Hoe u een wervingsadvertentie plaatst op de platforms die de organisatie gebruikt.
- Hoe u het eerste contact legt met de kandidaten
- Hoe u de screening van kandidaten uitvoert.
- Hoe u een effectieve eerste vergadering kunt leiden.

- Hoe de nieuwe vrijwilliger te integreren nadat beide partijen (kandidaat-vrijwilliger en het vrijwilligersteam) hebben afgesproken om samen te werken.



6.2 Werving van vrijwilligers in andere organisaties uit de derde sector

Het verzamelen van de informatie over dit onderdeel leverde dit onderzoek een soortgelijke conclusie op als voor FT-organisaties. Bij andere organisaties uit de derde sector zijn de rollen die deel uitmaken van het proces (HR- manager,...) doorgaans dezelfde. Het belangrijkste verschil is het soort rol waarnaar ze op zoek zijn

Afhankelijk van de organisatie en hun structuur zijn er zelfs gevallen waarin de organisaties de werving van vrijwilligers overlaten aan hun koepelorganisatie en tot het moment van de persoonlijke ontvangst geen contact hebben met de vrijwilligers.

Instrumenten om vrijwilligers aan te trekken

Op dit gebied zijn er veel overeenkomsten in de instrumenten die door de verschillende organisaties, FT en niet-FT, worden gebruikt. Er is een breed scala aan hulpmiddelen die ze kunnen gebruiken.

Partners van het project zijn akkoord gegaan met een classificatie van de verschillende manieren om vrijwilligers aan te trekken, bestaande uit vijf categorieën:

	Direct	Indirect
Digitale hulpmiddelen	Directe communicatiemiddelen, zoals de presentatie van het vrijwilligersaanbod in videogesprekken.	Niet-directe manieren van communicatie met behulp van digitale hulpmiddelen zoals advertenties op webpagina's of op sociale media.
Niet-digitale hulpmiddelen	Directe communicatiemiddelen zoals praten met klanten in de winkel en deelnemen aan externe evenementen.	Niet-directe manieren van communicatie waarbij gebruik wordt gemaakt van fysieke elementen, zoals posters, flyers, magneten of schorten.

Indirect-digitale hulpmiddelen

1. **Website van de organisatie:** De grote organisaties hebben doorgaans een website waarop zij de vacatures in de verschillende winkels plaatsen. Ook enkele kleine organisaties.

Deze wervingsadvertenties bevatten meestal de naam van de functie, de taak die indien nodig aan de vrijwilliger wordt gevraagd, en de harde en zachte vaardigheden.

Vanaf hier kan de kandidaat zijn curriculum via een formulier of via e-mail verzenden.

2. **Nieuwsbrief:** Nieuwsbrieven worden gebruikt om vrijwilligers te werven in alle soorten organisaties (groot/klein, FT/niet-FT).
3. **Andere portalen:** In de Derde Sector zijn er specifieke webportals waar wervingsadvertenties kunnen worden geplaatst. Scriptieportals werken op een vergelijkbare manier als een portaal voor het zoeken naar werk, waarbij de kandidaat een account aanmaakt en zijn/haar interesse doorstuurt naar de door hem/haar gekozen organisaties.

Zowel grote als kleine, FT en niet-FT organisaties maken gebruik van deze portalen

Sommige van deze portalen bevatten vrijwilligersbanen en betaalde vacatures.

We hebben gegevens verzameld over deze portalen in de drie Fair Trade-partnerlanden, hier zijn enkele voorbeelden:

Italië:

- Volontari voor een giorno
- Romaltruista

België:

- [La Plateforme Francophone voor le Volontariat](#)
- [Geef een dag](#)

Spanje:

- [Haces Falta](#)
- [Volonwolk](#)

De manier om ze als organisatie te gebruiken is vaak gebruiksvriendelijk, wat betekent dat het portaal de persoon door het proces zal leiden:

- Maak als organisatie een account aan.
- Met een organisatie-e-mail en alle organisatiegegevens
- In sommige portalen kunnen we per team of winkel een account aanmaken.
- Dan komt het proces om een wervingsadvertentie te plaatsen.

Zodra de organisatie een wervingsadvertentie heeft geplaatst, komen de verzonden kandidaturen in het organisatieprofiel terecht voor de opvolging ervan.

4. Sociale media:

Alle soorten organisaties gebruiken verschillende sociale media om nieuwe vrijwilligers aan te trekken. Uit het onderzoek zijn twee soorten advertentiewerving gebleken:

- Generaal, een oproep om meer vrijwilligers te hebben

- Specifiek, per te vervullen rol

Het gebruikte formaat varieert afhankelijk van de gebruikte sociale media:

- Afbeelding
- Video
- Tekst
- Gemengd: met video en tekst of video en afbeeldingen

De manier van contact, als de gebruikte sociale media het toelaten, vinden we meestal:

- Een link naar het bericht op de website van de organisatie
- Een DM via die sociale media
- Via e-mail.

Bij de Fair Trade- organisaties heeft elke winkel doorgaans zijn of haar sociale mediaprofielen, en daar posten ze hun behoefte aan vrijwilligers om lokale volgers te bereiken.

Indirect-niet-digitale hulpmiddelen

Deze tools kunnen zowel in de Fair Trade- winkels als bij elk face-to-face evenement worden gebruikt:

- Via een posterclaim of flyers, meestal generiek.
- De vrijwilliger draagt opvallende gadgets die aangeven dat hij vrijwilliger is, zoals magneten, schorten, kaarten...

Directe digitale hulpmiddelen

1. Online Informatiesessies

Informatiesessies georganiseerd door de medewerkers van de organisatie om de missies van de organisatie en hun vrijwilligersprogramma uit te leggen. Dit type informatiesessie vindt online plaats via een videogesprekplatform .

Directe niet-digitale hulpmiddelen

1. Mond op mond:

- Via vrijwilligers die in gesprek gaan met hun familieleden en cliënten. Dit is de meest succesvolle manier om nieuwe vrijwilligers te werven.
- In de winkel en evenementen bij klanten
- Op een niet-formele manier en in sfeer met familieleden.

Dit zou 'vrijwilligersbranding' genoemd kunnen worden; ze zijn er trots op vrijwilliger te zijn, zodat ze hun ervaringen vertellen en andere mensen motiveren om deel uit te maken van de organisatie.

2. Persoonlijk Informatiesessies

Informatiesessies, georganiseerd door medewerkers van de organisatie, om de missies van de organisatie en hun vrijwilligersprogramma uit te leggen.

3. Speciale evenementen

Het team/de winkel kan specifieke evenementen organiseren, bijvoorbeeld:

- Informatief gesprek met getuigenissen en video's met Fairtrade snacks

- Organisatieontbijt
- Feestelijke dag met de hele dag een programma van evenementen en optredens
- Chocolate proeven
- Koffieworkshop...

Deze evenementen worden voornamelijk georganiseerd door vrijwilligers.

Betrokkenheid van derden

1. Vrijwilligersorganisatie Evenementen :

- Specifieke programma's en evenementen beheerd door vrijwilligersorganisaties.

2. Verenigingen van nieuwkomers zoals asielzoekers en vluchtelingen.

3. Universitaire programma's: Met specifieke overeenkomst tussen de organisatie en universiteiten, zoals:

- Het ontwikkelen van een communicatiecampagne om nieuwe vrijwilligers aan te trekken.

4. Corporatief vrijwilligerswerk:

- Via platforms van derden: ze hebben een hub die gesprekken tussen NGO's en bedrijven genereert om hun werknemers een vrijwilligersbaan aan te bieden. Als onderdeel van hun Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO).

6.3 Wervingsproces

Op dit vlak is er in de procedure geen substantieel verschil tussen FT-organisaties en niet-FT-organisaties.

De gemeenschappelijke fasen

1. Eerste contact:

Er zijn twee manieren waarop de vrijwillige kandidaat de eerste stap naar de Fair-Trade-organisatie kan zetten:

- Direct via de winkel of teamshop (mond-tot-mondreclame) leidt deze weg direct tot het organiseren van de eerste bijeenkomst om te praten over de drijfveren van de persoon.
- Via de koepelorganisatie, website, sociale media, evenementen...:
 - Eerste contact met de kandidaat, via e-mail of telefoon.
 - Dit eerste contact is al dan niet een gesprek inplannen, afhankelijk van het eerste gesprek met de vrijwilliger-kandidaat.

2. Eerste ontmoeting:

Doelstellingen van deze eerste persoonlijke bijeenkomst:

- Verzamel informatie om te zien of ons vrijwilligersaanbod aansluit bij de verwachtingen van de vrijwilligers.
- Begeleid ze naar een andere taak/organisatie waar ze vanwege hun profiel wellicht nuttiger kunnen zijn.
- Informeer over de organisatie en het vrijwilligersaanbod.

- Los eventuele twijfels op.

Tijdens deze bijeenkomst zal de recruiter:

- Presenteer de organisatie.
- Ontdek de motivatie voor vrijwilligerswerk en het specifieke aanbod.
- Leg het standpunt uit om eventuele twijfels beter op te helderen.
- Specificeer hun beschikbaarheid en tijdsbesteding.
- Ontdek hun opleiding en ervaring, vaardigheden/capaciteiten.

Sluit de vergadering af door de volgende stappen uit te leggen.

3. De beslissing:

Deze beslissing komt van beide partijen: de organisatie en de aanstaande vrijwilliger. In dit deel van het onderzoek gaan we vanuit de organisatiekant en het managen van de volgende stappen kijken. De criteria om de kandidaat te beoordelen zijn gekoppeld aan de beschrijving van de functie. Zodra de beslissing is genomen, wordt de vrijwillige kandidaat gebeld om hem het antwoord te laten weten. Bij sommige organisaties kwam de beslissing na een proefperiode, zodat de kandidaat kan zien of de vereiste taken en inzet aan zijn verwachtingen voldoen. Tegelijkertijd kan de organisatie kijken of de vrijwilliger in het team past.

Betrokken mensen

Naast de kandidaat zijn er nog verschillende mensen bij betrokken en hier vinden we de grootste verschillen tussen de FT-organisaties.

Hoewel in iedere organisatie de vrijwilligers een rol spelen in het wervingsproces, is deze rol – min of meer – leidend gedurende het hele proces.

De rollen omvatten:

- Betaalde medewerkers van de organisatie.
- Vrijwilliger HR Manager, als de organisatie deze rol vervult.
- Vrijwilliger Winkelcoördinator/vrijwilliger manager/Winkelcoördinatieteam.

6.4 Goede praktijken en verbeteringen op het gebied van werving

De organisaties van de Fair-Trade-partner hebben nagedacht over wat zij beschouwen als de beste praktijken in het rekruteringsproces en wat er in het proces verbeterd kan worden.

Italië: Altromercato

Voor twee van de organisaties binnen Altromercato bestaan goede praktijken: Ex Aequo en La Bottega Solidale.

Goede praktijken:

Bij het aantrekken van vrijwilligers:

- **Indirecte digitale hulpmiddelen:** campagnes op sociale media, genaamd: Fake News:

- Ontkracht mythes over vrijwilligers in fairtradeorganisaties. Iedereen kan vrijwilligerswerk doen.
Laat verschillende taken zien.
- Ironische toon
- Inclusie met behulp van genderloze termen.
- **Directe niet-digitale hulpmiddelen:** spreken over de organisaties en hun werk in elke bijeenkomst, openbaar of op school.

Dingen om te verbeteren:

- **Indirecte digitale tools:** Socialemediacampagnes: technische kwaliteit en verspreiding van de campagnes.
- De behoefte aan procedures die de organisaties vooral in de eerste fase helpen; het aantrekken van nieuwe vrijwilligers.

België: Oxfam Magasins du Monde

Goede praktijken:

- Een flyer/tekstje op de deur met bijvoorbeeld “De winkel is vandaag gesloten vanwege een gebrek aan vrijwilligers...” of “We hebben een vrijwillige accountant nodig...” (werkte volgens sommige functies)
- Boosts op Facebook (betaalde berichten)
- Formulier in te vullen op onze website.
- VIA vzw : informele samenwerking met een organisatie die werkt met vluchtelingen en asielzoekers.
- SOS Faim : een andere organisatie met dezelfde waarden als de onze, die geen regulier vrijwilligerswerk aanbiedt. OMM heeft contact met de vrijwilligerscoördinator van SOS Faim en hij kan mensen doorverwijzen naar OMM als deze mensen regulier vrijwilligerswerk zoeken.
- Teken op straat (zoals voor restaurants)
- Ontdekkingssessies voor het sorteren van tweedehandskleding brachten diverse mensen op de been en velen van hen wilden graag nog een keer terugkomen.
- Informele mond-tot-mondreclame door huidige vrijwilligers
- Sommige acties/stands waarin vrijwilligerswerk tijdens evenementen wordt gepresenteerd (zoals het jaarlijkse lokale Oxfam-ontbijt)

Dingen om te verbeteren:

- Informatiesessie: zeer weinig deelnemers, misschien omdat de promotie gelijktijdig plaatsvond met de promotie van een groot evenement dat OMM aan het doen was.
- Acties waarbij vrijwilligerswerk wordt gepresenteerd op grote (muziek)festivals.

Gemengde resultaten

- Posts op platforms gewijd aan de werving van vrijwilligers: werkt niet altijd, hangt af van het aanbod.

Spanje: Fundació Oxfam Intermón

Goede praktijken:

- De opname van nieuwe kanalen voor de verspreiding van aanbiedingen onder de vrijwilligers, zoals sociale media, met specifieke campagnes.
- Hacesfalta.com, er is een betaald onderdeel in dit online platform, waar u een gerichte nieuwsbrief kunt sturen naar hun database die is samengesteld door mensen die geïnteresseerd zijn in de Derde Sector.
- Aantrekkingsproces voor vrijwilligers: maak een eerste screening van de kandidaten om er zeker van te zijn dat ze weten wat vrijwilligerswerk bij ons is. Deze praktijk maakt het proces efficiënter voor zowel vrijwilligers als voor de organisatie.
- De figuur van een vrijwillige HR-manager.
 - Direct contact met dezelfde rolvrijwilligers in de verschillende winkels/steden.

Dingen om te verbeteren:

- Instrumenten en criteria voor de opvolging van de vrijwilligers.

7. Ontvangst van vrijwilligers (A9)

Dit document heeft tot doel de verschillende omstandigheden en kenmerken te bestuderen die de realiteit van eerlijke handel moet garanderen om de vrijwilligerservaring te verwelkomen, te beheren en te verbeteren. Het bouwen van gastvrije omgevingen is geen gemakkelijke taak; het vereist tijd, vaardigheden en een duidelijk plan. Dit rapport bestudeert de verschillende benaderingen die de fairtrade-partnerorganisatie in Spanje, België en Italië heeft gekozen. De gegevens zijn verzameld via een vragenlijst onder nationale managers op het gebied van eerlijke handel in de drie landen. In het geval van Italië, waar elke winkel met een ander model werkt, waren er ook weinig vrijwilligers bij het onderzoek betrokken. Daarna werden alle verzamelde gegevens online (12/12/2022) en face-to-face besproken tijdens de bijeenkomst in Rome (18/01/2023).

Dit rapport vertegenwoordigt een eerste stap in het creëren van Gastvrije organisaties. Het onderwerp is benaderd vanuit de volgende kernpunten:

- Definitie van gastvrije organisatie
- Proces
- Betrokken mensen
- Evenementen
- Opleiding
- Op het werk ondersteunen/bijles geven
- Vrijwilligersovereenkomst/introductie van verantwoordelijkheid
- Non-discriminatiebeleid
- Het valoriseren van vrijwilligers
- Redenen van uitval
- Bewakingsinstrumenten

De volledige vragenlijst is terug te vinden in bijlage 1.

7.1 De gastvrije organisatie

De eerste vraag die we beantwoordden ging over de voorwaarden en kenmerken die de realiteit van eerlijke handel moet garanderen om:

**Verwelkomen en beheren van
vrijwilligers en verbeteren van de
vrijwilligerservaring**

Dat zijn ook sleutelwoorden en methodologische benaderingen. De vrijwilligerservaring staat centraal in het werk en om dat te verbeteren is het belangrijk om te werken aan het verwelkomen, beheren en ontwikkelen van hulpmiddelen en diensten voor vrijwilligers. Dit heeft tot doel een gastvrije omgeving te creëren die de vaardigheden van nieuwe vrijwilligers voor de fairtradesector en voor de derde sector in het algemeen kan valoriseren.

Om te beginnen met het ontwerpen van de belangrijkste kenmerken van een gastvrije organisatie, moeten we ons concentreren op drie elementen:

- 1) **PROCES:** verwelkomen is een continu proces
- 2) **COMMUNICEREN:** duidelijk zijn over taken en verwachtingen
- 3) **LUISTEREN:** een gastvrije organisatie moet rekening houden met **de vaardigheden, wensen en beschikbaarheid** van vrijwilligers

Het verwelkomingsproces begint vanaf het '**eerste contact**'. Dit is belangrijk om ervoor te zorgen dat de vrijwilligers hun plek in de organisatie vinden en dat ze het gevoel krijgen dat hun bijdrage gewaardeerd wordt. Elke organisatie heeft een andere procedure, maar de belangrijkste elementen zijn:

- 1) **Kennismaken met de vrijwilliger**
- 2) **De vrijwilliger kennis laten maken met de organisatie en hun rol**

Andere belangrijke elementen zijn:

- **Warm welkom:** de nieuwe vrijwilliger uitnodigen **om deel te nemen aan** de vergaderingen, de WhatsApp-groepen en andere informele bijeenkomsten zoals verjaardagen, enz ...
- **Welkomstpakket:** de basisinformatie over opleiding, logistieke ondersteuning en de wettelijke voorwaarden voor een vrijwilligersactiviteit.
- **Ontmoeting in het midden:** de mogelijkheden voor vrijwilligerswerk kunnen aanpassen aan de vrijwilligers (→opendeurprincipe).

Hulpmiddelen

De belangrijkste en meest effectieve **instrumenten/acties** die de organisaties hebben ingevoerd om vrijwilligers te ondersteunen zijn:

- Warm gastvrij
- Bijles
- Opleiding
- Erkenning/valorisatie
- Feedback
- Speciaal gebied online

Het selectie- en matchingproces

“Je krijgt nooit een tweede kans om een eerste indruk te maken.”

Een goede match tussen de vaardigheden en verwachtingen van de vrijwilligers en de projectvereisten is de meest essentiële sleutel voor succesvol vrijwilligerswerk. Dit vereist niet alleen een duidelijk bewustzijn en communicatie over welke vaardigheden nodig zijn, maar ook een intensief selectieproces om erachter te komen of vrijwilligerswerk en project bij elkaar passen. Vaak vereisen vrijwilligersplaatsingen speciale taken, zoals lesgeven, waarvoor speciale training en kwalificaties nodig zijn. Het is de plicht van de agentschappen om ofwel alleen kandidaten te selecteren die over vaardigheden en kwalificaties beschikken, ofwel om hen de nodige opleiding te bieden.

Hiervoor is een individuele werkbeschrijving nodig waarin de verwachtingen van het project staan vermeld en die ook voor de aanvrager beschikbaar moet zijn.

Verantwoordelijke instanties moeten op zijn minst over een basisselectieproces beschikken, inclusief persoonlijk contact met de aanvragers.

Van het [project Verantwoord Vrijwilligerswerk](#)

Deze tekst is een voorbeeld dat het belang onderstreept van een duidelijk idee van wat de vrijwilligers moeten doen, maar tegelijkertijd moet het opendeurprincipe gegarandeerd zijn: iedereen is op elk moment welkom, het is gewoon een kwestie van het vinden van de beste taak. Voor iedereen. De balans tussen inclusiviteit en efficiëntie is een van de grootste uitdagingen van de theorie van vrijwilligersmanagement.

Selectie

Hier in de kaders presenteren we twee voorbeelden van selectieprocessen in Spanje en België. In Italië was dit niet mogelijk omdat elke winkel/vereniging een andere procedure en methodologie hanteert.

Belgium

Welkomstproces: **Dit duurt 3 maanden.**

Het proces van het verwelkomen is vooraf omschreven. Ieder team past dit echter aan naar wat zij belangrijk vinden en bij hen past.

De meest voorkomende manier om vrijwilligers te verwelkomen zou zijn:

1. Een vrijwilliger van het team neemt contact op om een eerste ontmoeting met de kandidaat te organiseren.
2. Na het eerste gesprek 3 maanden proef/training in de winkel.
3. Het team overhandigt het welkomstdocument aan de nieuwe vrijwilliger. Na de proefperiode van 3 maanden zijn deze vrijwilligers officieel “actieve” vrijwilligers in het team.

Spanje

Welkomstacties: Dit proces duurt een maand.

- Ondersteuning bij het openen en invullen van het online vrijwilligerswerkformulier.
- Reaccionamos-platform, een ruimte die alle documentatie en informatie bevat die nodig is voor de uitvoering van vrijwilligerswerk.
- INSTITUTIONELE initiële opleiding
- Verklaar de samenstelling en werking van het TEAM.
- Presentatie aan de rest van het team, zowel virtueel (e-mail, WhatsApp) als persoonlijk (bijvoorbeeld volgende vergadering, winkeldienst).
- Bied het welkomstpakket “Vrijwilligerswerk, een veilige ruimte” aan
- Initiële opleiding specifiek voor de functie

Betrokken mensen

Wie zijn de belangrijkste mensen die betrokken zijn bij het verwelkomen van nieuwe vrijwilligers? Er zijn verschillende soorten profielen betrokken bij vrijwilligersbeheer en -ondersteuning. In onderstaande lijst vermelden wij de belangrijkste rollen. Hoe dan ook, alle partners gaven aan dat de belangrijkste relatie tussen de vrijwilligers onderling is.

De overige rollen, die door betaald personeel of vrijwilligers kunnen worden vervuld, zijn:

- HR Manager
- De Technische Officiëren
- “Vrijwilligersdynamisch”.
- Medewerker
- Vrijwilligers die de nieuw aangekomen persoon assisteren

Trainingen

Opleiding is een pijler in elk ondersteuningsplan voor vrijwilligerswerk. Hier lichten we de twee voorbeelden uit Spanje en België toe.

SPANJE

Het trainingsprogramma kent twee pijlers:

1. Onlinecursus: Welkomstcursus voor nieuwe vrijwilligers:
 - A. Over Oxfam
 - B. Over Oxfam Intermon. Essentieel om te weten wie de organisatie is, wat ze doet en hoe ze opereert.
 - C. Over Fair-Trade en de verschillende producten die in onze FT-winkels worden verkocht.
 - D. De organisaties in de FT-winkels.

Deze training vindt plaats op een online platform, genaamd REACCIONAMOS, waar ze toegang hebben tot deze training en andere informatie zoals de producentengroepen, de producten die we hebben en andere informatie met betrekking tot de dagelijkse werkzaamheden in de FT-winkels.

2. De training “In de Winkel”:
 - A. Wie: De ploegpartner
 - B. Hoe: Er is een gids die de ploegpartner moet vervullen over hoe de winkel werkt.
 - C. Hoe lang: een maand

BELGIË

De training 'Ontdek Oxfam-Magasins du monde' wordt sterk aanbevolen voor alle nieuwe vrijwilligers, omdat hierin de waarden, missies, manier van werken en de Fair Trade-principes van Oxfam-Magasins du monde worden uitgelegd.

Elk semester is er een nieuwe opleidingsagenda met verschillende mogelijkheden voor vrijwilligers.

Voor nieuwe vrijwilligers:

- Ontdek Oxfam-Magasins du monde.

Voor mensen die deel uitmaken van de subgroep 'vrijwilligersdynamiek':

Er worden verschillende trainingen met betrekking tot de vrijwilligerscyclus georganiseerd (de voorgestelde wijzigingen elk semester):

- Werving van vrijwilligers.
- Kennisoverdracht.
- Het verwelkomen van nieuwe vrijwilligers.
- Relatiebeheer.
- Geweldloze communicatie (externe organisatie die deze training leidt).
- Presenteren en verkopen van producten.

Afhankelijk van de projecten worden er andere opleidingsmogelijkheden aan de vrijwilligers aangeboden. Zo werd afgelopen september 2022 de climatefresk (<https://climatefresk.org/>) voorgesteld (voor vrijwilligers en exterieur van OMM).

7.2 Erkennen en waarderen van vrijwilligerswerk

Vrijwilligers beginnen niet omdat ze een beloning verwachten, maar het is belangrijk dat uw organisatie of groep viert en waardeert wat de vrijwilligers hebben gedaan. Door de bijdrage van vrijwilligers te erkennen, laat u zien dat uw organisatie of groep hun inbreng en betrokkenheid waardeert. Door dit te doen kunnen vrijwilligers zich gewaardeerd en gesteund voelen. Als vrijwilligers zich gewaardeerd voelen, is de kans groter dat ze bij uw organisatie blijven. Het hoeft niet veel te kosten, maar het moet wel regelmatig en persoonlijk zijn en mag niet in het voordeel zijn van een klein aantal vrijwilligers.

Van vrijwilligerswerk Schotland

Hier enkele hulpmiddelen om de vrijwilligersinspanning te valoriseren en te herformuleren:

- **Jaarverslag** over de vrijwilligers.
- Het afgeven van een certificaat waaruit blijkt dat zij vrijwilligers zijn of dat zij vrijwilligers zijn geweest.
- We vieren ze op **5 december**

- Betrek ze bij het hele besluitvormingsproces: leden van het bestuur en in algemene vergaderingen.
- **Brieven sturen om hen te bedanken**
- kortingen aanbieden
- Ontmoetingen met de CEO
- **Organiseren van bijeenkomsten op lokaal en regionaal niveau**
- Ze betrekken bij de opbouw van campagnes.
- **DOC: De erkenning van vrijwilligers (OMM)**

Ze blijven omdat

Dit is een lijst met redenen waarom ze besluiten in de organisatie te blijven:

- **Ze geloven** in wat de organisatie doet en dat ze met hun bijdrage bijdragen aan een eerlijker wereld
- Ze genieten
- Ze willen strijden tegen ongelijkheid.
- Ze zijn loyaal aan de organisatie.
- Ze willen impact hebben op armere landen.
- Ze voelen zich nuttig
- Ze willen actief blijven nadat ze zijn gestopt met werken.
- Ze willen werken in een team dat dezelfde sociale waarden deelt.
- Ze willen de wereld 'veranderen'.
- Ze hebben sociaal contact nodig.
- **Zij hebben het gevoel dat zij een bijdrage kunnen leveren** aan het eerlijker maken van de internationale handel
- Ze vinden een **vertrouwde omgeving** bij andere vrijwilligers
- Ze kunnen ook de kans krijgen **om mensen te ontmoeten** die deel uitmaken van producentenorganisaties

Ze vertrekken omdat

- Om redenen die verband houden **met beschikbaarheid**. Persoonlijk of professioneel
- Ze zijn te oud.
- Het vrijwilligerswerk is te veeleisend.
- Ze hebben geen tijd meer.
- **Ze geloven niet** meer in het project.
- Zij hadden last van conflicten binnen het team, met andere vrijwilligers of medewerkers van de organisatie
- Ze vervelen zich omdat er in sommige winkels weinig klanten zijn.
- Door vermoeidheid vaak gekoppeld aan een repetitieve routine
- Voor andere verplichtingen waarbij het niet mogelijk is om tijd voor vrijwilligerswerk te garanderen
