



Trends

Vrijwillige inzet

2026

2026 2026 2026 2026



Inhoud

Kennis & reflectie

- Impact doelen meten: van SDG's tot sociale basis — p. 4
- Impact highlights 2025 – p. 7
- Trend overview: meer vrijwilligers, minder tijd en inzet — p. 8
- Interview prof. dr. Lucas Meijs: duurzaam vissen naar vrijwilligers — p. 10

De helpers anno 2026

- Nieuwe gezichten én meer doen — p. 13
- Onbenut potentieel: minder dan ooit — p. 14
- Wat vrijwilligers kiezen (en wat niet) — p. 16
- What's in it for them: inspelen op de intrinsieke motivatie — p. 19
- Je bent jong en je wil wat: jongeren werven – p. 21

De hulpvragers anno 2026

- Noodzaak voor hulp blijft hoog (en de prognose ook) — p. 25
- Verdieping: sociale effecten van een platform op eenzaamheid – p. 27

De organisaties anno 2026

- De uitdagingen verschuift: van bedrijfsvoering naar vrijwilligerscapaciteit — p. 29

5 trends

- Burenhulp & sociale basis — p. 32
- Impact meten — p. 33
- Digitalisering & AI — p. 34
- Micro- & nanovrijwilligerswerk — p. 35
- Medewerkersvrijwilligerswerk (CSR) — p. 36

Over dit onderzoek & over ons — p. 56

Keep the flow of giving going

Tip Guide

- 5x slimmer gevonden worden — p. 44
- Microvrijwilligerswerk organiseren — p. 45
- Slimme tools & AI — p. 46
- Nieuwe gezichten bereiken: jongeren, werknemers, pensionado's — p. 49
- Lift mee op maatschappelijke energie — p. 51
- Warm bad: vrijwilligers behouden — p. 53



Internationaal Jaar van de Vrijwilliger

Hartje voor alle helpers!

Het is gelukt! 16 april 2026 tekende Nederland massaal een hartje voor onze helpers: vrijwilligers, mantelzorgers, impactmakers, meedenkers, doeners en voor-elkaar-klaar-standers

16 gemeenten organiseerden op 16 april een straatactie waar een 'tapijt' aan lieve gebaren ontstaat waar je niet omheen kon. Honderden organisaties deden mee op locatie of online.

Samen maakten we een statement voor vrijwilligers, in het Internationale Jaar van de Vrijwilliger. Een 'ode', een bedankje, als waardering voor hun inzet.

We verzamelen de hartjes in onze ere Galerij op www.nlvoorelkaar.nl/galerij. Wil jij ook je waardering uitspreken voor jouw vrijwilligers? Maak een hartje en upload 'm in onze Galerij.

Met alle hartjes in de Galerij inspireren we de rest van het Jaar van de Vrijwilliger mensen om zich ook in te zetten. Want goed doen, geeft je ook zoveel goeds terug! Zoals waardering in de vorm van een hartje in de ere Galerij.

En hebben we een wereldrecord gehaald? Tja ... het tellen bleek door het grote enthousiasme iets te veel werk. We vonden het inschakelen van vrijwilligers om hun eigen eerbetoon te tellen wat gek en besloten om onze tijd te besteden aan waar wij goed in zijn: 'goed doen, nog beter maken'.

Maar één ding is zeker: dit is een statement van wereldse proporties. Zoals elke helper verdient. Ontzettend bedankt aan een ieder die hierbij heeft bijgedragen!

“Hier doen we het voor: impact op álle SDG's”



Over impact doelen & meten met:



Jeroen de Punder
Directeur NLvoorelkaar &
The Impact Department

Waar kom jij je bed voor uit?

Wat is je doel in het leven? Waarom wil je bij ons werken? Het antwoord is bijna altijd hetzelfde: het verschil maken. En gelukkig maar – als mens willen we graag zinvol bezig zijn, iets positiefs achterlaten en goed doen. Die kracht zetten wij in op precies de plekken waar het nodig is.

Maar wat betekent 'het verschil maken' eigenlijk? En hoe maak je het meetbaar, zodat je kunt sturen, leren en verbeteren?

SDG1: No poverty 3,2%

SDG2: No hunger 1,0%

SDG3: Good health & wellbeing 30,5%

SDG4: Quality education 14,3%

SDG5: Gender equality 0,6%

SDG6: Clean water & sanitation 0,2%

SDG7: Affordable and clean energy 0,4%

SDG8: Decent work and economic growth 0,9%

SDG9: Industry innovation and infrastructure 1,1%

SDG10: Reduced inequalities 20,7%

SDG11: Sustainable cities and communities 20,0%

SDG12: Responsible consumption and production 1,2%

SDG13: Climate action 18%

SDG14: Life below water 0,4%

SDG15: Life on land 2,0%

SDG16: Peace, justice and strong institutions 0,4%

SDG17: Partnerships for the goals 1,3%

Impact doel: output & outcome

'Impact' is een vaag containerbegrip dat daardoor te vaak te pas en te onpas wordt gebruikt. Maak de gewenste maatschappelijke verandering expliciet en redeneer terug naar concrete stappen, inclusief meetindicatoren. Denk in resultaten (*output*): hoeveel matches, hoeveel vrijwilligers? En in uitkomsten (*outcome*): is de eenzaamheid verminderd?

Meer weten? Zoek op 'Theory of Change'.

“Meetbare impact is niet zomaar een trend. Het is een onmisbaar kompas op de weg naar een betere samenleving. Het helpt om te bewijzen wat je doet en dat te verbeteren - voor nog meer impact.”

Duidelijk impact 'raamwerk': SDG's en sociale basis

Naast je eigen impactdoelen zijn er (inter)nationale raamwerken die houvast bieden en context geven aan wat jij met 'impact' bedoelt.

De Sustainable Development Goals (SDG's) van de VN worden door bedrijven veel gebruikt en zijn vanaf 2027 zelfs verplicht onderdeel van de CSRD-rapportage. Ook de sociale basis is een handig raamwerk. Deze zie je hiernaast uitgewerkt.

Slim meten

Bouw meetmomenten in je werkprocessen in en automatiseer waar mogelijk. AI kan daarbij helpen: onze platformen matchen activiteiten automatisch aan SDG's. Dat scheelt een hoop handmatig meetwerk.” •

Resultaat

Een sterke sociale basis

Ook de sociale basis is een nuttig raamwerk. Uit jaarlijks onderzoek met de Erasmus Universiteit Rotterdam blijkt dat NLvoorelkaar hier concreet aan bijdraagt:

Meer cohesie en participatie:

- 35% heeft door het platform **nieuwe mensen** leren kennen
- 36% voelt zich meer **verbonden** met z'n wijk of buurt
- 37% is door het platform **gestart** met vrijwillige inzet
- 47% vrijwilligt **meer** door het platform

Grote waarde voor kwetsbare inwoners

Kwetsbare inwoners ondersteunt:

- 54% van de deelnemers noemt de gevonden hulp via het platform **noodzakelijk**
- 51% vindt hulp die ze anders niet konden krijgen
- Stimuleert **omdenken** succesvol: 66% lost zo eigen hulpvraag op

Mentaal welzijn:

- 88% ervaart gevoelens van **zinvolheid**
- 56% is **gelukkiger** door vrijwilligerswerk te doen
- 49% voelt zich **minder eenzaam**

Versterkt netwerk voor organisaties:

- 56% noemt het platform **noodzakelijk** voor vrijwilligers werving
- 31% deelt makkelijker **kennis** door vergroot expertise netwerk
- 28% heeft een **expertise** ontwikkeld

Verder lezen:

Maatschappelijke impact berekening op maat

De Maatschappelijke Business Case geeft een **solide onderbouwing en inzicht** van de financiële en maatschappelijke effecten bij het inzetten op versterking van de sociale basis:

Vrijwillige inzet / vrijwillige inzet

Burenhulp

Mantelzorg

Eenzaamheid

Integratie

[Gratis aanvragen>](#)

<https://www.theimpactdept.com/kennisbank/maatschappelijke-business-case-voor-jouw-gemeente/>



99% van NL

gedekt, dus altijd iets in je buurt: van vrijwilligers(werk) tot impact challenges tot burenhulp.

In 2025 kiest 38% burenhulp (1:1 hulp) vs 62% vrijwilligerswerk.

17,9 miljoen uur

vrijwillige inzet gerealiseerd

931.000 matches

tussen aanbieders en vragers (inclusief 20.000 maatschappelijke organisaties)

288 x 2 mensen

per dag blij gemaakt met een goede match. Elke dag, 365 dagen per jaar.

17 / 17 SDG's

Brede impact gerealiseerd, precies waar het nodig is:

Sociale basis, eenzaamheid, zelfredzaamheid, langer thuis wonen, nieuwkomers en klimaat zijn belangrijke impact thema's.



301.800 deelnemers

67% helper
19% individuele hulpvrager
14% maatschappelijke organisatie

In 2025 groeide onze community met **39.775 nieuwe deelnemers (+18%)**. Beste dag: op 7 januari meldden 510 nieuwe vrijwilligers zich aan.

Jongeren impact

52% van de helpers is jonger dan 40 jaar. 25% is jonger dan 25 jaar.

Impact highlights

2025

Nieuw in 2025: goed doen, beter organiseren

6 technische innovaties die het organiseren van maatschappelijke activiteiten makkelijker maken: van evenementen organiseren tot bemiddelen en scholing.

Vrijwilligers:

81% vindt een match

en de meesten al **binnen 10 dagen**.

Populair in 2025:

- Maatjes (eenzaamheid): 42%
- Activiteiten begeleiden: 27%
- Klussen buiten & tuin: 15%

77 gemeenten & 35 bedrijven

sloten zich aan bij het grootste doe-goed netwerk van de EU. Doe jij ook mee?

Connecting skills for good

Connecting time for good

The Impact Department is het grootste doe-goed netwerk in de EU. Door mensen, tijd en talent te verbinden zorgen we ervoor dat elke goede daad telt. Samen creëren we zo de grootste impact golf beweging voor goed.

The
impact
dept.

Een derde meer vrijwilligers en toch minder inzet? Zo zit dat.

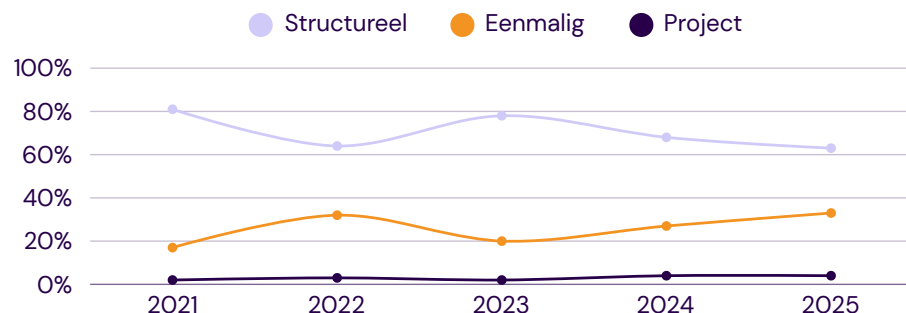
Op het eerste gezicht lijkt het goed te gaan met vrijwillige inzet in Nederland. **Nog nooit meldden zoveel nieuwe vrijwilligers zich aan als afgelopen jaar: +29% meer** dan vorig jaar (en dat was al een record met +35% t.ov. 2023!).

Maar: het piept en kraakt. Want kijk je een niveau dieper, dan zie je zowel aan de big data cijfers als uit de cijfers uit het onderzoek ook een andere trend.

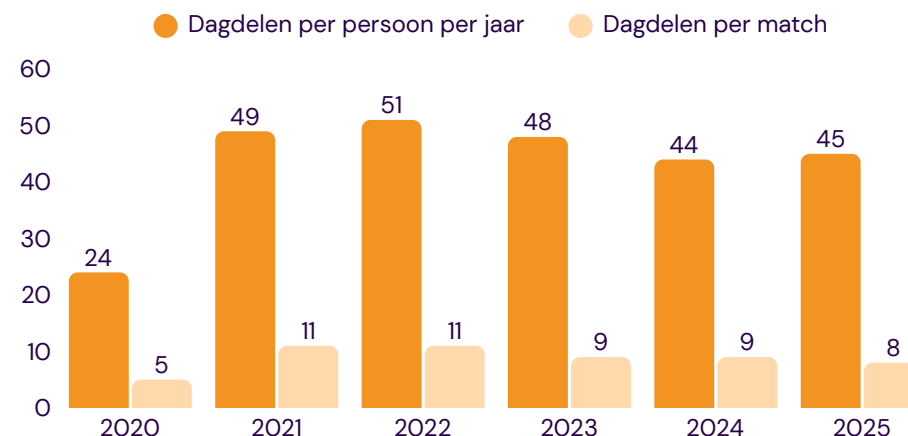
De tijd besteed aan vrijwillige inzet neemt af

Bij inzoomen blijkt dat de tijd die aan vrijwilligerswerk besteed wordt, flink afneemt. De voorkeur voor vrijwilligerswerk met de tijdsinvestering 'Eenmalig' is bijvoorbeeld duidelijk te zien:

- In 2021 koos 17% van de vrijwilligers hiervoor.
- 5 jaar later is dit aantal bijna **verdubbeld**: 32% van alle matches op onze platformen worden gemaakt door vrijwilligers die voor dit type vrijwilligerswerk kiezen.



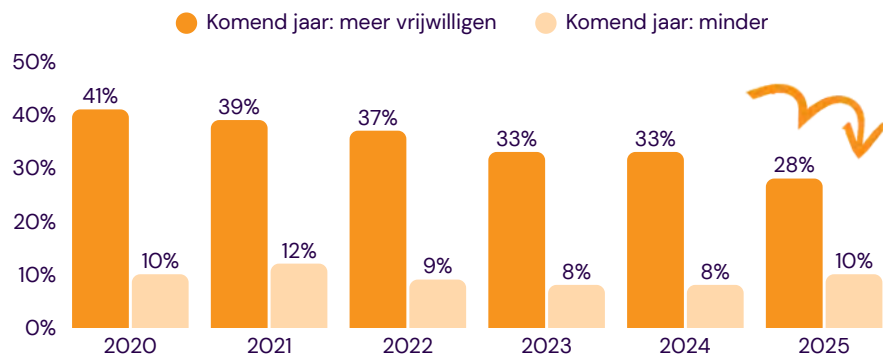
Ook zie je het aantal dagdelen vrijwilligerswerk dat vrijwilligers in onze onderzoeken opgeven, langzaam jaar over jaar dalen. Vergeleken met 2021, neemt in 2025 het aantal dagdelen vrijwillige inzet per persoon per jaar af met **8%**. Het aantal dagdelen per match neemt af met **27%**.



2020 was de uitzondering. In dit coronajaar was er bijna geen vrijwilligerswerk mogelijk.

Wist je dat: **57%** van de vrijwilligers op onze platformen **minstens 1x per week** vrijwilligerswerk deed in 2025? Het feit dat de inzet afneemt, zegt dus zeker niets over het enorme aantal mensen dat zich inzet!





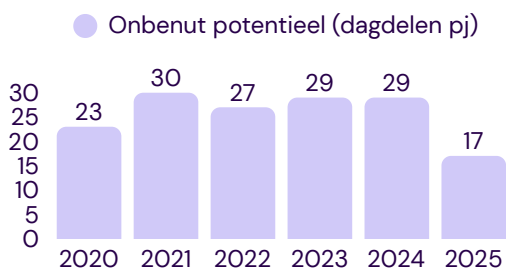
Zelfde betrokkenheid, minder (vrije) tijd

In onze onderzoeken vragen we standaard of mensen komend jaar meer of minder willen vrijwilligen. En zo ja: hoeveel dagdelen per jaar méér t.o.v. het afgelopen jaar (= onbenut potentieel).

Wat opvalt:

- Het percentage dat wil stoppen, blijft ongeveer gelijk. Aan de **betrokkenheid verandert dus niet veel**.
- Het percentage dat meer wil vrijwilligen neemt jaar over jaar gestaag af. In 2025 is het verschil met 2021 **-32%**.
- Het **onbenut potentieel is dit jaar veel lager** dan voorgaande jaren. Men verwacht **-40% minder dagdelen** te (willen/kunnen) besteden aan vrijwillige inzet in 2026 dan voorgaande jaren (zie ook: p. 14)

Onze conclusie: betrokkenheid is niet het probleem. **De uitdaging ligt bij de schaarse (vrije) tijd en hoe de vrijwilliger die kiest uit te geven.**



Vrijwilligerswerk is uiteindelijk een **vrijtijdsbesteding**. En in een samenleving die steeds meer vraagt van inwoners, wordt de keuze hoe de (vrije)tijd in te zetten, steeds scherper. •



Hoe verleid je nieuwe vrijwilligers (tot meer)?

Inspelen op de behoeften was nog nooit zó belangrijk. En ook nog nooit zo makkelijk. Dit e-book staat vol tips. Gooi het in een AI tool, combineer het met jouw situatie en vraag een persoonlijk plan van aanpak.

Leestips:

- Wat vrijwilligers belangrijk vinden in hun keuze – p.19
- Micro- en nanovrijwilligerswerk – p. 36
- Slimmer gevonden worden en AI als werktuul – p. 49



“De ‘kweekvis’
vrijwilliger biedt
enorme potentie:
nog niet overbevist,
maar wel goed
kweken en
bereiden”

Interview met:



Prof. dr. Lucas Meijs
Rotterdam School of Management, Erasmus University
& Stephanie A. Koolen-Maas ▪ Philine S.M. van Overbeeke ▪
Jeffrey L. Brudney

“Vrijwilligerswerk kan gezien worden als een door de mens aangeboden, hernieuwbare hulpbron of grondstof, die kan worden verbouwd en gerecycled, en waarvan het volume zowel positief als negatief door de mens kan worden beïnvloed. Alarmerend lijkt deze grondstof steeds "schaarser" te worden. Een nadeel van deze conceptuele benadering is dat deze de nuance en dynamiek van verschillende vormen van vrijwilligerswerk en vrijwillige grondstoffen wegneemt, alsmede de mogelijke transities van de ene in de andere vrijwillige grondstof die gedurende de ‘vrijwilligerscarrière’ plaatsvinden.

Daarom hebben we onlangs een bredere metafoor voor de vrijwillige grondstoffen ontwikkeld. Deze helpt ook bij werving, management en behoud. En geeft deze een eerste aanzet voor een gezond vrijwilligers-ecosysteem. De conceptualisatie geeft ook een actieve rol aan vrijwilligerscoördinatoren en de samenleving, omdat het inzicht biedt in de acties van professionals en de maatschappij om de vrijwillige inzet te vergroten en te verduurzamen.

We stellen voor vrijwilligerswerk te zien vanuit de ‘bron’ van de vrijwillige grondstof. Wij ontwikkelden een mooie zee-metafoor, omdat we toch in dezelfde ‘vijver vissen’: wilde zalm, kweekvis en plankton.

Wilde zalm representeert de ‘originele’, ‘traditionele’ vrijwillige grondstof. De intrinsieke motivatie om goed te doen gekoppeld aan structureel bijdragen. Deze is natuurlijk enorm gewild omdat ie – mits goed ‘bereid’- voor de beste en langste inzet zorgt. Het ‘binnen hengelen’ van deze soort (vrijwilliger/vis) wordt echter steeds duurder en moeilijker door overbevissing en wellicht dalende populatie.

Kweekvis is relatief nieuw en nog niet zo populair door z’n reputatie van wisselende kwaliteit. Dit soort vrijwilligers worden ‘gekweekt’ bij derde partijen: bedrijven die hun medewerkers laten vrijwilligen, universiteiten met hun studenten, platformen als NLvoorelkaar, dagen als NLdoet, thema’s zoals daten-met-je-hart of welzijn-op-recept. Ze bevatten een enorme potentie, mits goed gekweekt en, op het type vis aangepast, goed ‘bereid’.

De spontane vrijwillige grondstof wordt gepresteerd door plankton, de voeding van álle vissen (en ook vrijwillige inzet!). Kenmerkend zijn de snelle pieken van vrijwillige inzet, constante beweging en het ineens opkomen 'vanuit het niets'; de ongeplande beschikbaarheid. Vrijwilligersorganisaties hoeven niet veel te doen om deze 'vis' te vangen, deze vrijwilligers staan ineens op de stoep. Maar dan moet de organisatie wel klaar zijn om van plankton iets 'eetbaars' te maken, om in de metafoor van de vrijwilligersmanager als chef te blijven.

Het vrijwilligerswerk in Nederland en een specifieke organisatie hoeft niet uit één grondstof te bestaan. Voor verschillende doelen of in de loop van de tijd kan het uit verschillende of gecombineerde bronnen van grondstoffen ontstaan. De herkomst heeft wel grote invloed op de beste vang tactiek, groei en behoud van elke vrijwilligersgrondstof, ergo jouw 'keuken en receptenboek' (vrijwilligersbeleid).

Maar een goede combinatie van grondstoffen maakt het vrijwilligerswerk wel veerkrachtig en duurzaam, zeker voor de organisatie! Een platform zoals NLvoorelkaar laat zien hoe een 'kweekvijver' samenhangt met 'wilde zalm' en 'plankton'. Het lijkt erop alsof hier de 'kweekvisjes' doorgroeien naar 'wilde zalm'. Maar er is ook ruimte voor 'plankton' met de kleine do-good klussen.

De wilde zalm, kweekvis en plankton vrijwilligers hebben allemaal hun eigen doelen, voorgeschiedenis, vindplaatsen en voorkeuren en brengen hun eigen unieke voordelen en uitdagingen met zich mee. In ons nieuwste wetenschappelijk artikel vind je een handig overzicht waar je met vrijwilligersbeleid praktisch op in kunt spelen.

Nadrukkelijk pleiten wij ervoor om de vrijwillige grondstoffen als collectieve verantwoordelijkheid te zien, samen op weg naar duurzame vrijwillige inzet. De grondstoffen kunnen opnieuw worden verbouwd en zijn te transformeren van de ene in de andere vorm. Wij zijn er met z'n allen verantwoordelijk voor dat dit goud voor de samenleving nog generaties lang behouden blijft. Dat we de grondstoffen niet uitputten door slecht vrijwilligersmanagement! Kijk dus breder dan je eigen organisatie, of verder dan dat ene jaar dat een vrijwilliger aan jou haar tijd doneert. Met z'n allen moeten we zorgen voor een duurzame voedingsbodemp en vrijwilligers-ecosysteem waarin iets goeds doen (nog meer) floreert." •

Komt bekend voor? Dit artikel van prof. dr. Meijs is voor het eerst gepubliceerd in de 10e editie van dit e-book. Het is alleen maar relevanter geworden en dus wilden we je deze kennis niet onthouden. Achterin dit e-book vind je daarnaast een gloednieuw artikel van prof. dr. Lucas Meijs.



“Met z'n allen moeten we zorgen voor een duurzaam ecosysteem waarin goed doen floreert”

Vrijwilligers

Wat zijn we trots op onze community van impactmakers. Dit jaar mochten we zelfs de **200.000e vrijwilliger** verwelkomen (bedankt Ciran!)

Dit jaar groeide het aantal nieuwe vrijwilligers opnieuw met **+29%** t.o.v. vorig jaar. **60% van deze vrijwilligers zijn jonger dan 40 jaar**. Het geheim? O.a. het grote aanbod én de slimme matchalgoritmes die razendsnel de beste matches opleveren.



Kerncijfers

Gemiddeld over alle deelnemende vrijwilligers in 2025

Dagen tot de 1e match **10 dagen**

Gemiddeld aantal matches **3,8 matches**

Gemiddelde inzet per jaar **45 dagdelen**

Gemiddelde leeftijd **40 jaar**

“Je kan makkelijk zoeken naar dingen in je buurt, er is veel aanbod en veel filters dus snel iets gevonden”
Etten-Leur (18 jaar)

“Super handig dat je benaderd kunt worden op basis van je interesses. Ik heb nu echt een heel leuke vrijwilligerstaak gevonden”
Noardeast-Fryslan (38 jaar)

“Het werkt inspirerend en motiveerde me om te starten én door te gaan.”
Rotterdam (26 jaar)

“Altijd als ik zo'n matchmail krijg, kijk ik of er iets tussen zit. Zo al leuke dingen gevonden en nieuwe mensen leren kennen”.
Almere (62 jaar)

Meer inzet realiseren? Inzetten op nieuwe gezichten & meer doen

De uitdaging is niet alleen méér vrijwilligers vinden. Het gaat ook om de mensen die al vrijwilligen te helpen meer te doen. De wil is er - nou de match nog.

Nieuwe gezichten

4 op de 10 nieuwe vrijwilligers die in 2025 op het platform registreerden, zeggen door het platform voor het eerst vrijwilligerswerk te doen (37%). Nog eens 11% was minstens vijf jaar gestopt en is nu weer actief.

Meer doen

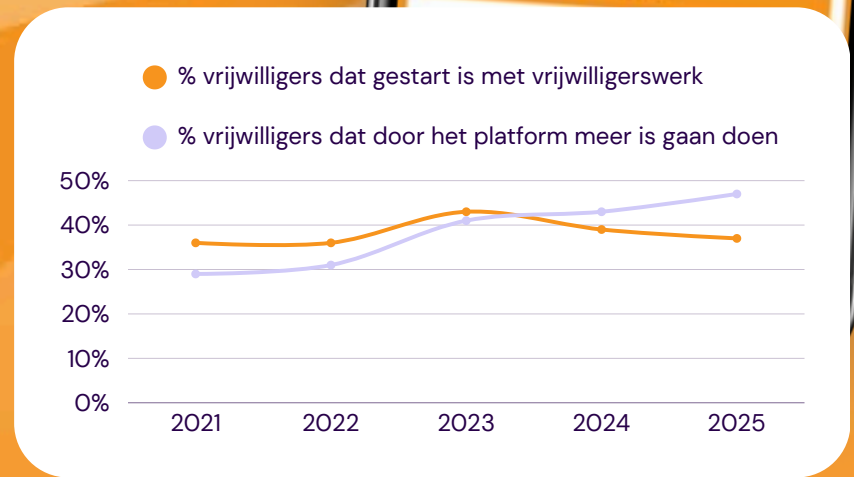
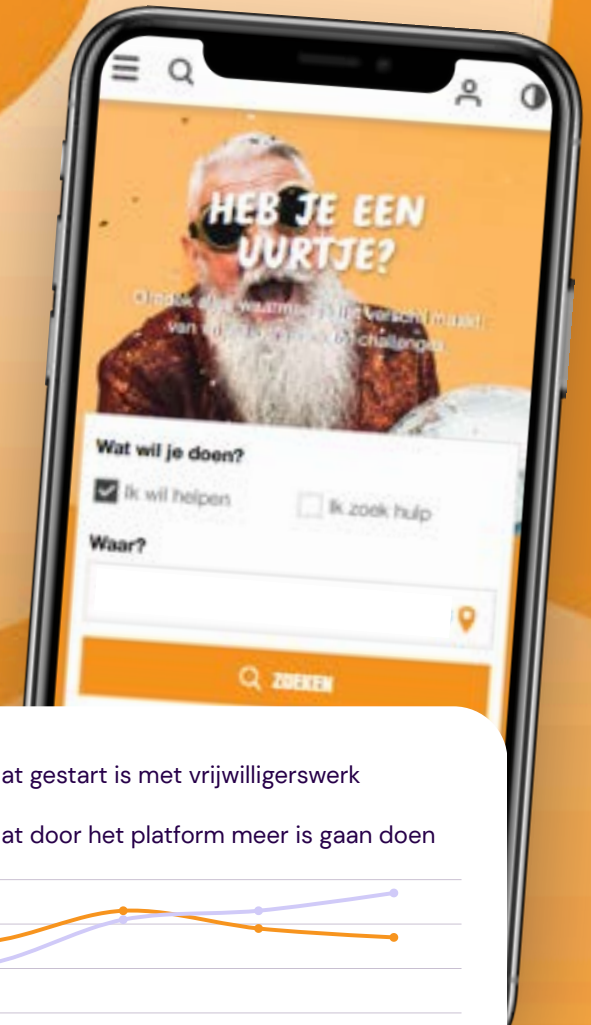
Bijna de helft van de vrijwilligers die al actief waren, zegt door het platform meer vrijwilligerswerk te doen (47%). Bij vrijwilligers onder de 40 en de groep van 60 tot 70 jaar loopt dit op tot 52%.

Waarom doen ze meer? Drie redenen die keer op keer terugkomen: iets gevonden dat beter bij hun **interesses** past (28%), iets gevonden dat bij hun **vaardigheden** past (23%), iets gevonden wat nog in hun **agenda** paste (18%).

Wat het platform daarvoor doet

Vrijwilligers zeggen het zelf: 81% is geïnspireerd om meer het verschil te maken, 78% vond makkelijk en snel iets, 77% had een goed overzicht van wat er te doen is in de buurt.

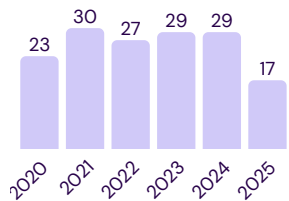
Hieruit blijkt: een goede tool / platform is enorm belangrijk om het onbenutte potentieel aan vrijwillige inzet te mobiliseren en kan daarin écht het verschil maken. De wil is er, de mensen ook. Zorg dus zelf voor de goede infrastructuur die de match naar de vrijwilliger brengt (en andersom)!



Laagste onbenutte potentieel aan inzet ooit

Op pagina 8 las je de hoofdconclusie van dit onderzoek: hoewel er meer vrijwilligers zich aanmelden, neemt de totale capaciteit aan beschikbare uren flink af. Mensen lijken minder tijd te hebben. Dat zie je goed aan het onbenutte potentieel: het aantal dagdelen per jaar dat mensen extra zouden vrijwilligen, mits er een goede match is voor ze.

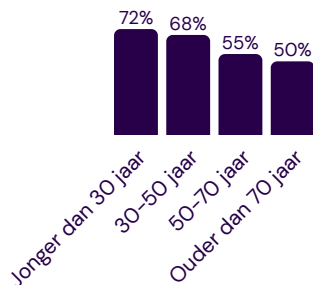
Dagdelen onbenutte inzet per jaar



Veel minder dagdelen onbenut

Respondenten gaven in het onderzoek van december 2025 aan dat er 17 dagdelen onbenut zijn gebleven die zij hadden willen besteden aan vrijwillige inzet. Dat is **40% minder** dan het gemiddelde van voorgaande jaren onderzoek.

Blijven er dagdelen inzet onbenut? % ja



Onbenut: verschil per leeftijdsgroep

Niet elke vrijwilliger heeft het gevoel dat er dagdelen inzet onbenut zijn gebleven. 58% van de respondenten geeft aan dat dagdelen onbenut zijn gebleven. Dat ligt in lijn met voorgaande jaren.

Het verschilt wel per leeftijdsgroep: hoe ouder, hoe vaker er wel eens dagen onbenut blijven (72% jonger dan 30 jaar → 50% ouder dan 70 jaar).

Dagdelen onbenut in 2025



Het aantal dagdelen dat onbenut blijft, wisselt niet veel per leeftijd, maar is bij de 30-50 jarigen het hoogst.

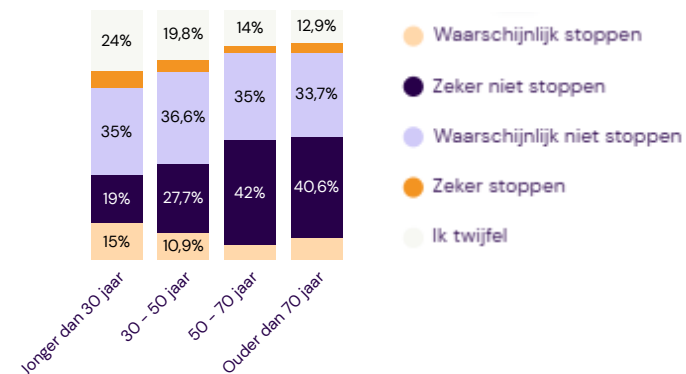
Meer inzet begint bij 'de achterdeur dicht houden'

Vrijwilligers stoppen vaak niet omdat ze niet mee willen, maar omdat het niet meer past. Tijdsdruk en overbelasting spelen bij 65-70% een rol, fysieke of mentale gezondheid bij 45-50% en een overgang naar werk of studie bij 35-40%. Een slechte match met de organisatie of inhoud speelt bij 30-35% mee, mantelzorg of privéomstandigheden bij 20-25%, net als gebrek aan waardering. Levensfase en leeftijd (19-22%) en teleurstelling door onduidelijke communicatie of een te commerciële aanpak (15-20%) completeren het beeld.

Opvallend: 58% noemt twee of meer redenen. Het is zelden één ding. Het is een stapeling van kleine hobbels die samen te groot worden.

Wie stopt er dan? Onder de 30 jaar zegt slechts 19% zeker door te gaan en twijfelt 24%. Bij 70-plussers is dat beeld precies omgekeerd: bijna 75% gaat zeker of waarschijnlijk door. Jongeren zijn dus de meest kwetsbare groep als het gaat om uitval, maar ook de groep met de meeste winst te behalen.

Ga je stoppen met je vrijwilligerswerk in 2026?



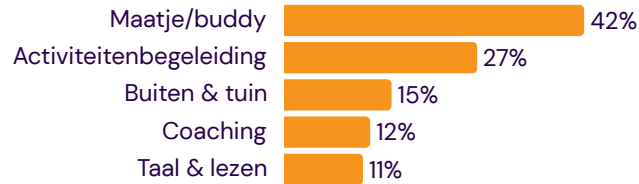
De les: vrijwilligers werven kost veel energie. Vrijwilligers *behouden* kost veel minder. Kijk niet alleen naar de voordeur, maar houd ook de achterdeur in de gaten. **Meer ideeën?** Zie Tipgide 'Het warme bad' achterin.

“Goed doen
doet jezelf
ook goed,
dus waarom
zou je het
niet doen?”

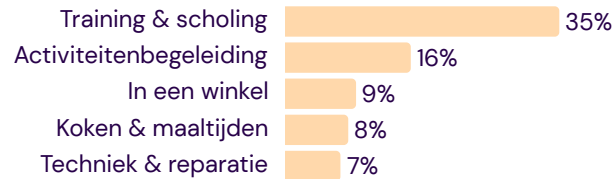


Vrijwilligers: wat kiezen ze?

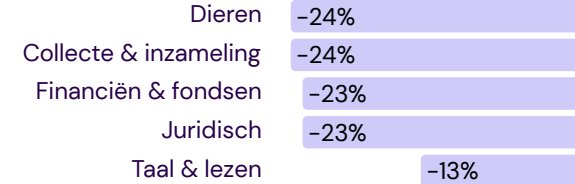
Categorie



Categorie: groeiers

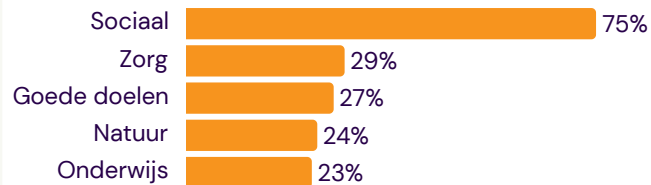


Categorie: dalers

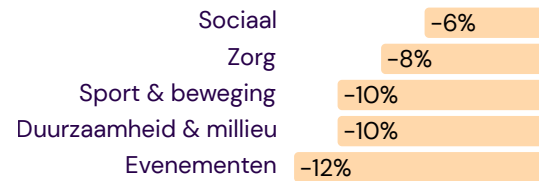


De populairste categorieën zijn al jaren stabiel de populairste. Bij de groeiers en dalers zijn de trends beter zichtbaar. De wens voor flexibel/kortdurend is duidelijk terug te zien (Training & scholing, activiteitenbegeleiding, Techniek). Alles rondom geld was afgelopen jaar minder populair.

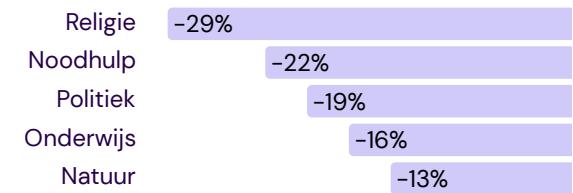
Thema



Thema: groeiers



Thema: dalers



Sociaal en zorg zijn het populairst. Zij groeien ook het 'hardst', al is dat negatief omdat netto alle thema's minder aangevinkt werden. Ook hier is de wens voor kortdurende inzetbaarheid zichtbaar (Sport, Evenementen). Vrijwilligers voor religie werden afgelopen jaar beduidend minder vaak gevraagd.



Vrouwen



Mannen



Weinig verschil tussen mannen en vrouwen, behalve de 'gendertypische' verdeling dat mannen vaker gaan klussen en vrouwen iets sociaals kiezen.

Kiezen jongeren iets anders dan ouderen?

Er is een hardnekkig idee: jongeren willen iets anders dan ouderen. Maar toch is de **overeenkomst veel groter dan het verschil**. De gedeelde motivatie om er voor iemand te zijn is de échte trend!

Ruim vier op de tien mensen – ongeacht leeftijd – kiest voor een rol als maatje, buddy of gezelschapspartner. Menselijk contact staat bij iedereen bovenaan (37–47%). Daarna volgt activiteitenbegeleiding en begeleiding: over alle leeftijden populair maar daalt wel sterk met leeftijd (37% → 18%).

Er zijn wel een paar nuances die met leeftijd samenhangen:

- **Jongeren** iets meer sociaal, activiteiten, creatief en dieren
- **Midden** (25 – 50 jaar) zijn breed inzetbaar
- **Ouderen** iets meer praktisch (klussen binnen en buiten, vervoer) of organisatorisch/specialistisch

Jongere vrijwilligers (onder de 25) zijn het actiefst in energieke, sociale rollen. Ze begeleiden activiteiten, zijn creatief bezig, zorgen voor dieren. Ze steken hun energie er graag in, letterlijk. Naarmate mensen ouder worden, verschuift die energie naar iets praktischer: klussen in de tuin, reparaties, vervoer regelen. Vrijwilligers van 50 jaar en ouder zijn oververtegenwoordigd in die meer hands-on taken of regeltaken, die wat meer lifeskills of expertise vragen.

Opvallend is de groep van 25 tot 50 jaar. Zij scoren relatief hoog op hulp bij armoede, meer dan jongere én oudere vrijwilligers. Een groep die misschien vanuit eigen levenservaring beter aanvoelt hoe nijpend financiële stress kan zijn?

Vrijwilligersvoorkeur per leeftijdsgroep



Connecting skills for good

Toepassing: wervingsstrategie

De overeenkomsten zijn groter dan de verschillen. Mensen van alle leeftijden kiezen grotendeels voor dezelfde vrijwilligersrollen. Één strategie volstaat, met subtiele accenten per groep.

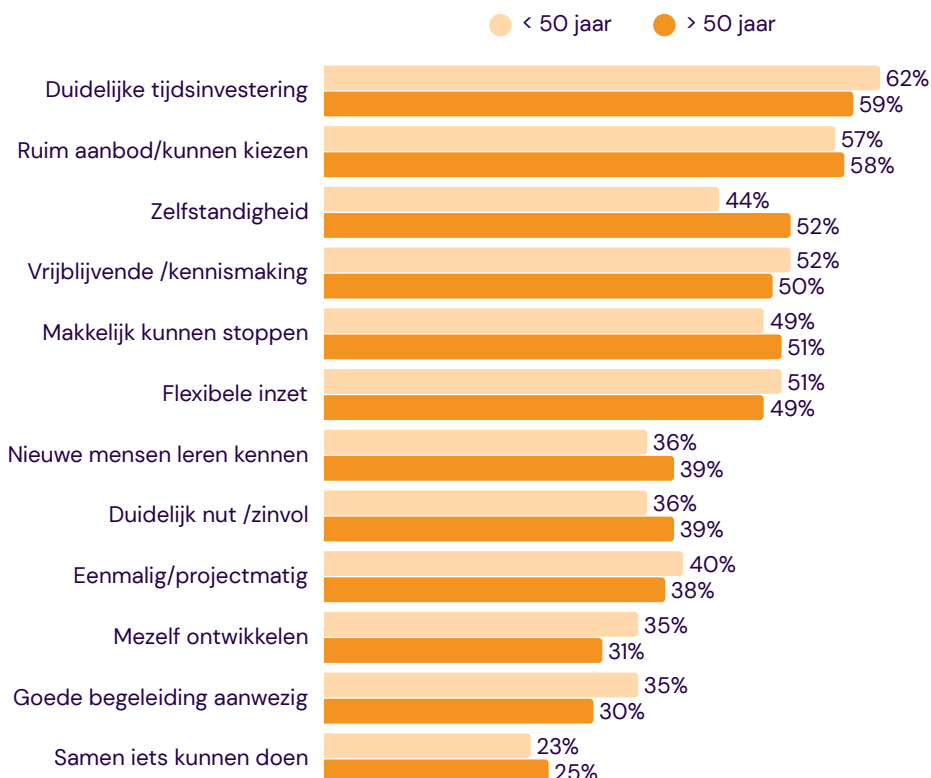
Effectiever dan segmenteren op leeftijd: werven op beschikbaarheid, motivatie en locatie.

Wil je leeftijd toch meenemen, doe het dan licht: in beeld, toon en de voorbeeldtaken die je uitlicht. Niet als scheidslijn, maar als kleur.

Zo kiezen vrijwilligers

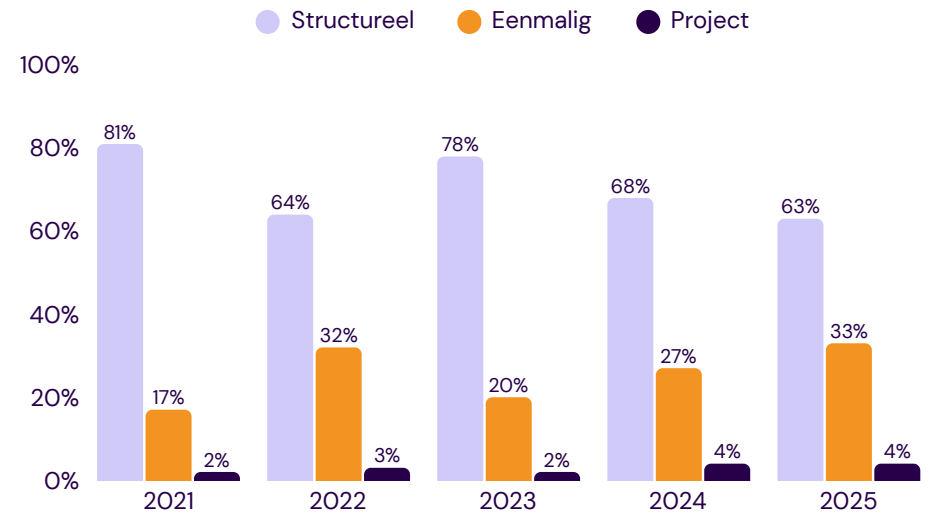
Wat vind jij belangrijk om meer vrijwilligerswerk te doen?

% rapportcijfer 8 of hoger



De drie belangrijkste factoren zijn voor vrijwilligers onder de 50 jaar en erboven vrijwel gelijk:

- Duidelijke tijdsinvestering (62% vs. 59%)
- Ruim aanbod/kunnen kiezen (57% vs. 58%)
- Zelfstandigheid (44% vs. 52%) – hier zit het grootste verschil dat te maken heeft met (levens/werk)ervaring.



“Al bekend met deze trend? Heel goed, het zijn namelijk pas trends als ze op langere termijn zichtbaar zijn!

De truc is echter om het toe te passen, om met deze kennis ook daadwerkelijk meer vrijwillige energie te creëren.”

Prof. dr. Lucas Meijs



Helpen maakt je letterlijk happy: van zingeving tot zelfvertrouwen

lets goed doen, doet je goed – is niet voor niks ons motto. De win-win van goed doen, blijkt heel duidelijk uit het onderzoek. Bijna alle vrijwilligers ervaren zinvolheid, voldoening en persoonlijke ontwikkeling. Meer dan de helft is gelukkiger, heeft meer contact en leert nieuwe dingen.

Opvallend:

- **Hoe lang je vrijwilligt, maakt niks uit.** De positieve effecten zijn voor zowel nieuwe vrijwilligers (korter dan 1 jaar actief) als de ervaren helpers gelijk.
- **Hoe oud je bent, maakt wél uit.** Want hoewel nut en voldoening voor alle leeftijden gelijk is, ervaren vrijwilligers onder de 50 jaar meer groei in zelfvertrouwen (56%) en leren ze meer nieuwe dingen (66%) én nieuwe mensen kennen (42%). Ook zijn ze **significant gelukkiger (61%) en minder gestresst (28%)** door het doen van vrijwilligerswerk dan oudere vrijwilligers.



Wat brengt vrijwilligerswerk jou?



In dezelfde vijver vissen... wees onderscheidend, help met kiezen.

Elke dag staan er meer dan 10.000 hulpvragen, oproepjes of vrijwilligersvacatures open. Iedereen vist in dezelfde vijver. Hoe zorg je dat jouw oproep opvalt?

Niet door harder te roepen, maar door **duidelijker** te zijn. Wat vraag je precies? Hoeveel tijd kost het? En wat levert het de helper op?

Mensen kiezen iets waar ze zich in herkennen. Dus maak het concreet en persoonlijk.

Naast duidelijkheid, is **zichtbaarheid** enorm belangrijk. Zorg dat je vindbaar bent op internet, AI tools en elke contactplek in de omgeving.

Leuke tip: maak er een testje van. "Welk vrijwilligerswerk past bij jou?" werkt als een magneet. En helpt ook nog eens met onderscheidend en zichtbaar zijn! Bijvoorbeeld de [Doe-goed test op NLvoorelkaar](#), gebaseerd op het IKIGAI-model: wat je belangrijk vindt, leuk en wat je goed kunt.

#test

ONTDEK JOUW IMPACT TALENT

Ben jij klaar om jouw verborgen talenten voor goed doen te ontdekken? Of weet je al dat je het verschil wil maken, maar nog niet precies hoe en wat?

Met deze snelle test ontdek in je 3 vragen jouw impact type, talenten én welke activiteiten hierbij passen.

DOE DE TEST >



Je bent jong & je wil wat

(goeds doen)



Jongeren zijn de toekomst

Jongeren zijn de toekomst van vrijwillige inzet. En goed nieuws: ze willen heel graag het verschil maken! Wel op een manier die bij hen past – net zoals elk mens ;-).

Meer weten? Download de [wervingstoolkit Jongeren](#) →

Wie

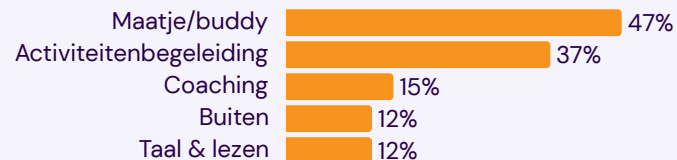
Jongeren van 15 tot 25 jaar zijn in 2024 **fors vaker** vrijwilligerswerk gaan doen dan in voorgaande jaren (CBS, 2025). Maar: slechts de helft van de jongeren van 15 tot 25 jaar is van plan het vrijwilligerswerk voort te zetten. En de helft doet het ook maar incidenteel.

Waar

De grootste drempel voor maatschappelijk betrokken jongeren is dat ze niet weten wat de mogelijkheden zijn. **Zichtbaarheid** van het aanbod is de eerste stap.

Wat

Hoewel opgegroeid met klimaatverandering, sociale ongelijkheid en digitalisering als constante achtergrond, ziet de top 5 gekozen vrijwilligersactiviteiten er **precies hetzelfde** uit. Alleen zijn maatje/buddy activiteiten (47% vs 42%) en activiteitenbegeleiding (37% vs 27%) nog vaker gekozen dan gemiddeld.



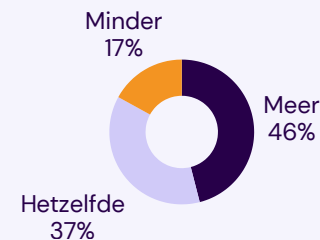
Waarom

Motieven als 'nieuwe dingen leren' en 'meer kans op een baan' zijn duidelijk belangrijker (CBS, 2023). En gelukkig vertaalt zich dat ook door naar de positieve effecten die jongeren ervaren bij vrijwilligerswerk:



De toekomst

Hoe jonger, hoe positiever de inschatting om volgend jaar meer impact te maken. Van de vrijwilligers onder de 20 jaar denkt 46% meer te gaan doen.



Dit is de grootste mismatch

Op een platform waar mensen elkaar vinden, hebben vraag en aanbod een sterke relatie. Een disbalans is een uitdaging – of het 'gat in de markt' qua nieuwe vrijwilligers vinden! Welke kans pak jij?

Eenmalig

Het zal geen verrassing zijn: eenmalig vrijwilligerswerk of impact acties zijn populairder dan ooit. Afgelopen jaar werd 32% van de matches hierop gemaakt, terwijl maar 5,5% van de openstaande oproepjes hierop aansluit.



Kleine groepen // samen

Het is één van de grootste drempels tot goed doen: het alleen moeten doen. Afgelopen jaar werd **20% van de matches** gemaakt op dit soort vrijwilligerswerk, **dubbel** zoveel als vorig jaar. Maar 'slechts' 8% van het aanbod in vrijwilligersactiviteiten is hier geschikt voor.



Dieren

Het is onze nr 1 SEO pagina waar elke maand duizenden mensen naar zoeken. Alle bee(s)tjes helpen... toch is maar 2% van alle oproepjes gericht op dieren. Grote kans dus!

(Doe) goed feest

Steeds meer mensen willen iets goeds doen rondom de feestdagen: vooral kerst is populair! Alleen gaan ze pas zoeken in de week vooraf... wanneer de planning al rond is of alles vol zit. Wie hier een goed idee voor heeft: we horen het graag!



Locatie/online

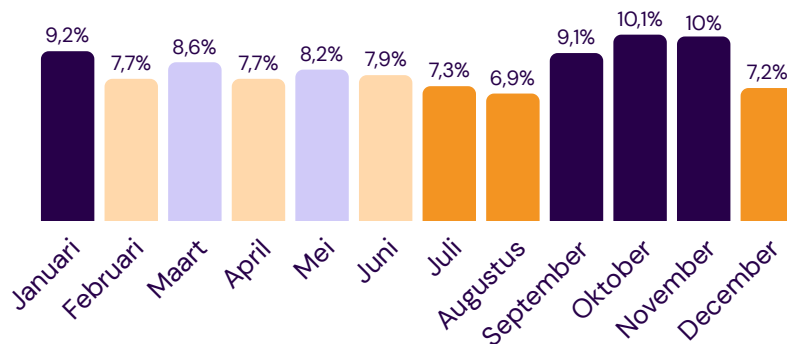
5% van alle geplaatste vrijwilligersactiviteiten en -projecten kunnen online of telefonisch plaatsvinden. Dat is **5x zoveel** als vorig jaar (jippie!) maar nog steeds een gemiste kans omdat je op deze manier veel meer talenten kunt aanspreken.

welke
kans pak
jij?

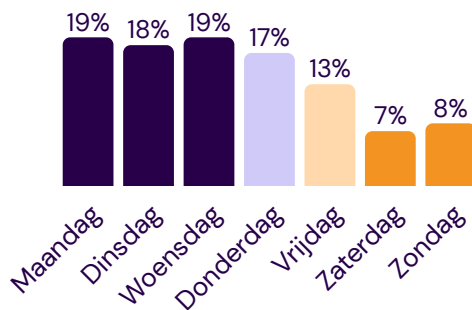
Fun facts

Wanneer: najaar en begin van de week populair

September, oktober, november en januari waren – zoals bijna alle voorgaande jaren – de beste maanden met ruim 2.400 nieuwe vrijwilligers per maand!



Dat vrijwilligerswerk in de vrije tijd plaatsvindt, wil nog niet zeggen dat het gezocht (en gevonden) wordt in de avonden of het weekend ;-). Sterker nog: de kantoor tijden zijn het populairst, en dan liefst begin van de week.



Grafiek: matches per dag

Vrijwilligerswerk taboe?

De meeste mensen zijn (terecht!) trots op hun vrijwilligerswerk. Maar: ook heel stil. Scroll maar eens door een social kanaal: je ziet meer paddel of honden foto's, terwijl er toch echt meer mensen vrijwilligerswerk doen! En in cijfers:

- 57% vertelt over vrijwilligerswerk op een familie/vriendendag
- 31% op werk
- 20% bij een sollicitatiegesprek
- 16% op een date (dat vrijwilligerswerk wel sexy kan zijn, zie je aan ons 1 april grapje!)

Is er sprake van een taboe? Nee, uit ons onderzoek blijkt dat vertellen meestal een **bewuste, strategische keuze** is. Vaak om sociale frictie te vermijden: privacy, persoonlijke grenzen, controversiële onderwerpen.

En andersom, is negatief praten over vrijwilligerswerk een taboe? Het blijft vaak positief, al worden hobbels wel besproken: tijdsdruk, emotionele zwaarte of organisatorisch gedoe.



De meeste reacties ooit: Fina's medicatie

Maar liefst 99 mensen op één dag wilden Fina helpen met het ophalen van haar medicijnen bij de apotheek in Leiden. Lief – in Leiden laten ze niet graag iemand lijden ;-).



Keep the flow

going

Connecting talent for good

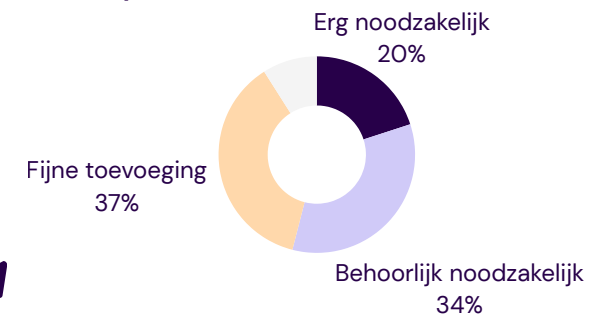
De ervaren noodzaak voor vrijwillige hulp blijft hoog

Dik 100.000 mensen maakten al eens gebruik van onze platformen om vrijwillige hulp te zoeken. In 2025 kwamen er opnieuw bijna 12.000 bij. 65% bestaat uit individuen die voor zichzelf of een naaste iemand zoeken, de rest zijn vrijwilligersorganisaties die namens een cliënt of voor de gehele organisatie vrijwilligers zoeken.

Noodzaak voor individuele helpers

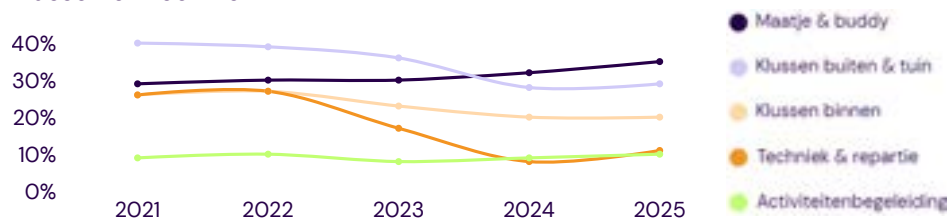
De ervaren noodzaak van de gezochte hulp blijft hoog voor individuen: 20% vindt het erg noodzakelijk en 35% behoorlijk noodzakelijk. 37% vindt het een fijne toevoeging en slechts 9% noemt de gezochte hulp niet noodzakelijk. Dit is gelijk aan vorig jaar en daarmee wederom het hoger dan de afgelopen jaren. Bij zestigers is de nood het hoogst: 57% noemt het noodzakelijk (maar veertigers en vijftigers volgen daar snel op met 56%).

Hoe noodzakelijk is de hulp die je ontvangt via het platform?



Welke hulp zoeken hulpvragers (individuen)?

De top 5 van hulp gezocht door individuen is al 5 jaar hetzelfde. Binnen die top 5 zie je een verschuiving: meer maatjes gezocht (eenzaamheid), minder klussen en techniek.



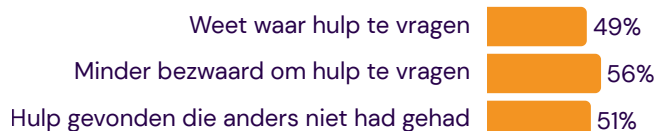
Waarom hulp via een platform?



Hulp vragen

Hulp vragen is misschien wel het moeilijkste wat er is.
Een verzameling inzichten over deze dappere vragers.

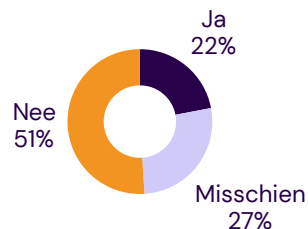
Een platform effectief: helpt vragen én vinden



Dit beeld is vrij stabiel over de jaren.

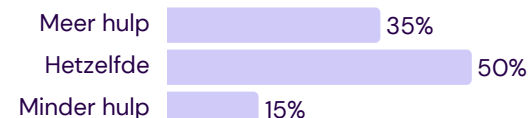
Vragen omdenken

49% van de hulpvragers wil omdenken: vrijwilligerswerk doen om hun hulpvraag op te lossen. Dit werkt vooral goed bij vragen rondom eenzaamheid.



Verwachting: in 2026 meer hulp nodig

35% van de hulpvragers in het onderzoek verwacht meer hulp nodig te hebben en 15% minder. Dat is netto 20% meer dan vorig jaar.



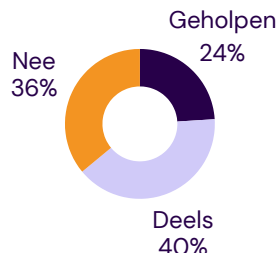
Bijzondere vragen scoren

Vragen van individuen krijgen **8% vaker** reactie. Dat komt door twee factoren:

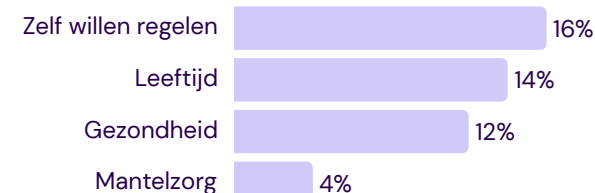
- **Tijdsduur** is vaker incidenteel of kortdurend
- **Autenticiteit** is hoog: persoonlijk, dichtbij, vanuit het hart (inclusief spelfouten!). Hoe meer herkenbaar, hoe meer betrokkenheid men voelt en daarmee hoe groter de kans op een match.

Omdenken win-win

64% van diegenen die afgelopen jaar hun vraag omdachten door vrijwilligerswerk, losten hun hulpvraag (deels) op.



Waarom verwacht je meer hulp nodig te hebben?



Helpen helpt eenzaamheid verminderen (en voorkomen)

De behoefte aan contact en verbinding groeit. Hulpvragen met het thema buddy/maatje of vriendschap beslaan **35% van alle vragen** – en dan hebben we de indirecte vraag naar contact nog niet meegeteld.

Eenzaam: 3 indicatoren

In dit onderzoek gaven antwoord op 3 eenzaamheidsindicatoren:

- **63%** zegt zich soms, vaak of (bijna) altijd eenzaam te voelen
- **64%** zegt oms, vaak of (bijna) altijd zinvolle verbinding met anderen te missen
- **64%** mist sociale contacten

Fijn: dit is gemiddeld wel 10% minder dan vorig jaar!


44% voelt zich door het platform minder eenzaam


Gelukkig worden er ook ontzettend veel matches gemaakt op dit thema. Die matches maken ook echt het verschil want 44% van de hulpvragers geeft aan dat het platform zo geholpen heeft bij het verminderen van gevoelens van eenzaamheid. Dat is 29% meer dan vorig jaar!

Jongeren positiever (en stedelingen ook een beetje)

Hoe jonger, hoe positiever over of men zich door het platform minder eenzaam voelt. Het geholpen percentage loopt op naar 66% bij jongeren onder de 20 jaar.

Hulpvragers in de stad ervaren meer profijt dan in een dorp: 36% vindt dat het platform helpt vs 28% in een dorp. •



“Ik moest hier zelf inburgeren, ik voelde me eenzaam en ben ontzettend blij met deze site omdat ik weer contacten heb en niet meer zo  depressief ben.”

Organisaties

Afgelopen jaar sloten meer dan 4.000 nieuwe vrijwilligersorganisaties zich aan in ons hulpnetwerk. Inmiddels bestaat dit uit **meer dan 19.000** vrijwilligers-organisaties, stichtingen en verenigingen die het platform gebruiken voor:

- **Werving** – bijna 14.000 nieuwe vrijwilligerswerkvacatures geplaatst
- **Leeraanbod** – cursussen, workshops, bijeenkomsten en meer
- **Sociale activiteiten** – nieuwe in 2025!



Kerncijfers

Gemiddeld in 2025

Nieuwe vrijwilligersvacatures per organisatie	7,8
Profielen per organisatie	2,6
Match slagingspercentage	60%
Leeftijd	47 jaar

Overzichtelijk platform, divers aanbod (ook met wisselende trainingen, bijeenkomsten enzo). Top.
Gouda

Een waardevolle aanvulling op de professionele hulpverlening. Ik kan makkelijk mensen betrouwbaar doorverwijzen.
Almelo

ik vind de algemene informatie over bijvoorbeeld werven van vrijwilligers erg goed!
Goes

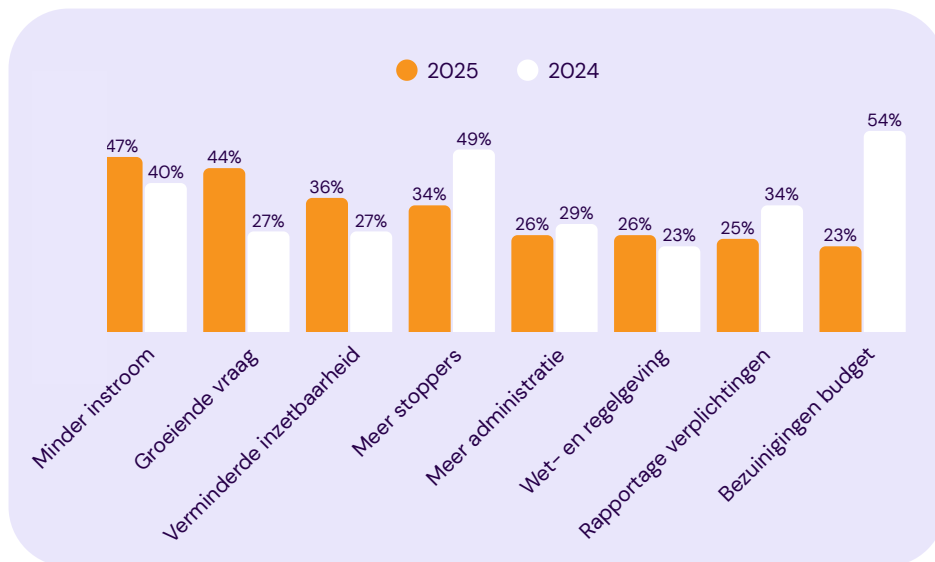
Het is een gemakkelijk toegankelijk platform dat veel mensen kennen. Zo kun je eenvoudig mensen werven of, als ze binnen onze organisatie niet aan de slag kunnen, naar verwijzen voor mogelijk ander vrijwilligerswerk.
Tilburg

Verschuivende uitdagingen

56% van de organisaties in dit onderzoek noemt het vrijwilligerswervingsplatform NLvoorelkaar **noodzakelijk**. Niet gek, want de uitdagingen in de dagelijkse praktijk rondom vrijwilligerscapaciteit groeien.

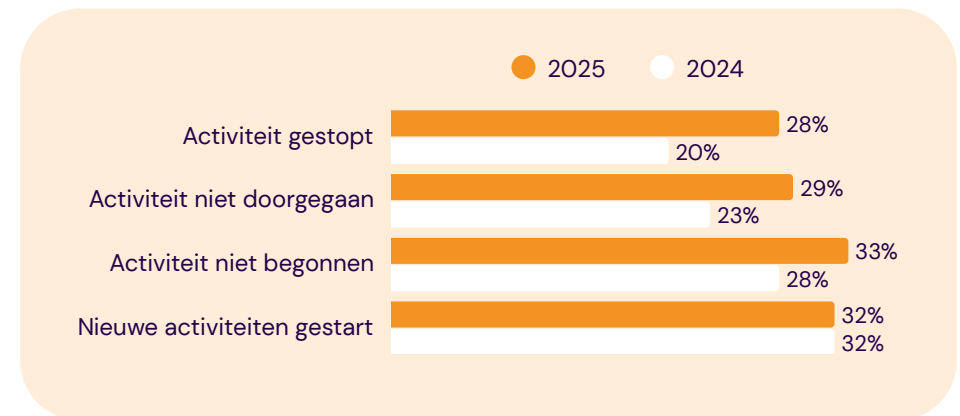
Verschuiving: administratie minder uitdagend, vrijwilligers meer
Het goede nieuws eerst: de (financiële) druk op organisaties lijkt afgenomen. In 2024 noemde meer dan de helft van de organisaties bezuinigen een grote uitdaging. In 2025 is dat gedaald naar 'maar' 23%. Ook de rapportage verplichtingen en administratieve druk nam flink af.

Maar de ademruimte wordt meteen ingeleverd op een ander front. Organisaties lijken flink veel meer druk te ervaren bij de **vrijwilligers-beschikbaarheid**. Minder nieuwe aanwas, vrijwilligers die minder inzetbaar zijn en een flink groeiende vraag naar meer vrijwillige inzet.



Schaarste: meer activiteiten stoppen, gaan niet door of beginnen helemaal niet

We vroegen organisaties in dit onderzoek in hoeverre een tekort aan vrijwilligers invloed had op hun activiteiten. Ten opzicht van vorig jaar, gaf 20% meer respondenten aan dat activiteiten niet begonnen en maar liefst 40% meer respondenten antwoorde dat activiteiten moesten stoppen door een tekort.



Opvallend:

- **Buurtinitiatieven** herkennen deze struggle van activiteiten gemiddeld zo'n 15% meer dan andere type vrijwilligersorganisaties.
- Hetzelfde percentage als vorig jaar start alsnog **nieuwe vrijwilligersactiviteiten** (32%).

Toegevoegde waarde van het platform

De ruim 4.000 organisaties in dit onderzoek maken gebruik van één van bij NLvoorelkaar aangesloten platformen én netwerken om vrijwilligers te werven. Wat levert hen dat op?

Groter bereik

Van extra begeleiding tot Repair Café tot EHBO cursus. 57% van de organisaties zegt dat hun professionele aanbod van vrijwilligers- en maatschappelijke organisaties (veel) beter wordt gevonden door precies de juiste doelgroep.

Expertise en professionele netwerk uitgebreid

31% deelt kennis makkelijker door een vergroot expertise netwerk, 28% zegt zelf hun expertise rondom vrijwillige inzet vergroot te hebben en 37% heeft nuttige informatie specifiek rondom vrijwilligersmanagement opgedaan.

Tijd bespaard: makkelijker in contact met (jongere) vrijwilligers

57% vindt dat ze door het platform makkelijker in contact komen met potentiële vrijwilligers. 41% bespaart met het platform tijd bij het vinden van nieuwe vrijwilligers en 24% vindt dat ze zo jongere vrijwilligers bereiken dan via andere kanalen. •



Trends

De wereld van vrijwilligerswerk verandert snel. Door aan te sluiten én in te spelen op de trends, kunnen vrijwilligersorganisaties, -centrales en professionals die werken met vrijwilligers hierop mee 'surfen': catch the wave of doing good.

De trends:

- Werken aan de sociale basis met burenhulp
- Impact meten
- Digitalisering & AI
- Micro- & nanovrijwilligerswerk
- Medewerkersvrijwilligerswerk (CSR)

Op de volgende bladzijden lees je er meer over.

A man and a woman in wetsuits are crouching on a light blue surfboard. The man is on the right, leaning forward, and the woman is on the left, looking down. They appear to be in a surfing stance. The background is a warm, orange-toned gradient with large, abstract, overlapping shapes. Two white, wavy banners with purple text are overlaid on the image. The top banner reads "Keep the flow of giving going" and the bottom banner reads "Keep the flow of giving going".

Keep the flow of giving going

Keep the flow of giving going

Trend 1: Werken aan de sociale basis met burenhulp

89% van de Nederlanders wil een buur helpen. Bijna de helft voelt zich eenzaam. 1 op de 9 mantelzorgers loopt zwaar overbelast. Die cijfers staan haaks op elkaar, maar kloppen allebei. Want voor elkaar zorgen zit in ons. De infrastructuur om dat te organiseren, alleen vaak nog niet.

Gelukkig begint dat te veranderen! Georganiseerde vormen van burenhulp, van voorzorgcirkels in de straat tot digitale platforms per wijk (zoals NLvoorelkaar Buur(t) voor elkaar) schieten steeds vaker op. Gemeenten zetten het in als onderdeel van hun IZA-aanpak. Welzijnsorganisaties ontdekken het als manier om zorgdruk te verminderen zonder extra budget.

En dat is niet voor niks. Informele hulp en zorg is samen vijf keer zo groot als de beroepsmatige zorg. De economische waarde wordt geschat op 2 tot 4% van het BBP. Dat maakt burenhulp geen bijzaak maar de basis waarop de rest rust.

De uitdaging zit niet in de mensen of de wil om te helpen. Die is er. Net als vroeger. En ook bij jongeren. Het zit in de infrastructuur. Hulpvraag en aanbod vinden elkaar niet vanzelf. Formele en informele zorg werken vaak nog weinig of nog niet efficiënt samen. Losse acties groeien vaak niet genoeg door naar echte betrokkenheid. En zonder meetbare resultaten blijft burenhulp vaak 'liefdadigheid' in plaats van die 'noodzakelijke infrastructuur.' Een structurele aanpak is nodig.

Zo pas je het toe

Heel kort samengevat: maak burenhulp zichtbaar en makkelijk toegankelijk. Één laagdrempelig punt (in de wijk én digitaal) maakt al het verschil. Meet wat het oplevert. Zo kantelen we van zorgen voor, naar zorgen dat en zetten we een beweging in gang die zichzelf versterkt. Want alleen samen krijgen we het voor elkaar!

In het whitepaper (kader hiernaast) lees je meer achtergrond, strategisch kader én praktische tips.



Meer lezen? Download het [whitepaper](#)
'Burenhulp: de sleutel tot een sterke sociale basis (& IZA)'

<https://www.theimpactdept.com/kennisbank>



Trend 2: Impact meten

2026: het jaar dat het tellen gaat tellen

2026 is het Internationale Jaar van de Vrijwilliger. Dat klinkt feestelijk, maar er zit ook een serieuze boodschap achter. De aandacht voor de maatschappelijke waarde van vrijwillige inzet groeit. Subsidiegevers, gemeenteraden en fondsen vragen steeds vaker om onderbouwing: wat levert het op? Voor wie? En hoe weet je dat? Wie dat nu al goed organiseert, staat straks voor.

SDG's: ook voor jouw organisatie relevant

De zeventien Duurzame Ontwikkelingsdoelen van de VN zijn niet alleen iets voor grote bedrijven of de rijksoverheid. Gemeenten werken er via de Wmo en andere wetgeving al aan mee, vaak zonder het zo te noemen. Vrijwillige inzet raakt direct aan thema's als eenzaamheid, gezondheid, inclusie en sterke gemeenschappen. Dat zijn SDG's. Ze benoemen en zichtbaar maken is een kleine stap met een groot effect: het geeft je werk gewicht, richting én een taal die beleidsmakers en financiers begrijpen.

42% van de vrijwilligers wil weten wat hun inzet oplevert

Impact meten is niet alleen iets voor subsidieaanvragen. Het helpt ook gewoon om vrijwilligers betrokken te houden. 42% van de vrijwilligers in dit onderzoek noemt het heel belangrijk dat hun inzet duidelijk zinvol en nuttig is. Laten zien wat iemands bijdrage concreet oplevert, is dus ook een wervings- en retentiestrategie.

Zo pak je het aan

Goed nieuws: je hoeft niet bij nul te beginnen. Gebruik de inzichten uit dit e-book om het belang van vrijwillige inzet te onderbouwen richting je bestuur, gemeente of subsidiegever. Bronvermelding wordt op prijs gesteld.

Wil je zelf aan de slag? Begin met een simpel model zoals de Theory of Change: wat wil je bereiken, voor wie, en wat is dat waard? Roep de hulp in van een hogeschool/universiteit of werk samen met een partner (zoals NLvoorelkaar) die de meting voor je organiseert, inclusief een jaarlijks impactdashboard. Succes!

Trend 3:

Digitalisering & AI

Vrijwilligerswerk gaat online

Zoeken, vinden en verbinden gebeurt steeds meer digitaal. Maar ook de inhoud digitaliseert: van taalcoaching via Zoom tot virtuele evenementen, van online buddy-contacten tot hybride vrijwilligersrollen waarbij iemand deels thuis en deels op locatie helpt. Volledig digitaal kan ook. De mogelijkheden groeien elk jaar.

Voor iedereen – nu meer dan ooit

Flexibiliteit is de grootste reden waarom mensen kiezen voor digitaal vrijwilligerswerk. Niet alleen jongeren trouwens, alle generaties willen aansluiten bij hun drukke agenda. Digitale tools helpen daarbij: makkelijker zoeken, plannen, communiceren en trainen. En de afstand tot elkaar wordt kleiner, soms letterlijk. Een vrijwilliger met chronische pijn die vanuit huis taalles geeft aan een statushouder, of luistermaatje is voor een eenzame oudere. Digitalisering maakt dat mogelijk. Het vergroot ook het bereik van vrijwilligerswerk voor mensen die door een beperking niet altijd fysiek aanwezig kunnen zijn.

AI: je drukste collega die nooit klaagt

AI verandert hoe we werken. Waar ChatGPT een jaar geleden nog een experiment was, is het nu de standaard. De volgende stap is al bezig: agentic AI. Dat zijn AI-systemen die niet alleen antwoord geven op vragen, maar zelfstandig taken uitvoeren. Tijd die vrijkomt met AI als jouw assistent, kun je steken in wat écht telt: de mensen.

Inspiratie voor jouw AI-assistent: vacatureteksten, nieuwsbrieven of sociale media posts schrijven. Samenvatten van beleidsdocumenten. Ideeën bedenken voor een activiteit of attentie. Antwoord geven op juridische of bestuurlijke vragen.

Zo pak je het aan

- Check je communicatie: heb je bv al een Whatsapp groep voor vrijwilligers?
- Ontwikkel een online vrijwilligersklus om te ontdekken of dit past.
- Experimenteer met AI als werktuul. Begin klein, dat is makkelijker en minder spannend, en bouw het uit als het goed gaat.





Trend 4: Micro (& nano) vrijwilligerswerk

Klein beginnen, groot bereiken

Niet iedereen kan of wil zich voor een jaar vastleggen. En dat hoeft ook niet. Microvrijwilligerswerk, korte laagdrempelige taken zonder langetermijnverplichting, wint snel terrein. Denk aan een middag helpen bij een voedselbank, een workshop geven of online een campagne ontwerpen.

Nanovrijwilligerswerk gaat nog een stap verder: acties van minder dan 15 minuten die direct bijdragen aan een goed doel. Een petitie tekenen, een social media post delen, een review schrijven. Klein maar waardevol.

De cijfers liegen niet

- In 2025 koos 32% voor een eenmalige klus of activiteit. 4% koos voor een kortdurend project.
- 39% van de vrijwilligers geeft vrijblijvendheid (eenmalig of projectmatig) een 8 of hoger in de keuze voor hun vrijwilligerswerk.
- Ook globaal is deze trend goed zichtbaar: 60% van de vrijwilligers wereldwijd neemt deel aan korte taken (UN Volunteers Report, 2023).

Minder drempels, meer mensen

Wie het aanbod openknipt in kleinere stukken, bereikt mensen die anders afhaken. Mensen met een druk gezin, wisselende werktijden of gewoon onzekerheid over wat vrijwilligerswerk inhoudt. Een kleine eerste stap verlaagt de drempel enorm. En wie eenmaal begint, doet vaker meer.

Voor organisaties betekent dit een grotere en diversere pool van betrokken mensen. Niet minder betrokken, anders betrokken.

Zo pak je het aan

Breek grote taken op in kleine, zelfstandige stukken. Maak duidelijk hoeveel tijd iets kost. En verwelkom ook de mensen die maar één keer komen. Want wie weet wat daaruit groeit. Meer ideeën en toepassingen? Zie de **Tipgide** achterin.

Trend 5: medewerkers-vrijwilligerswerk (CSR)

Bedrijven als nieuwe bron van vrijwilligers: van teamuitje naar serieuze strategie

Medewerkersvrijwilligerswerk is steeds vaker een vast onderdeel van het beleid van bedrijven (Geven in Nederland, 2024). 26% van de Nederlandse bedrijven organiseert de maatschappelijke inzet van werknemers. Bij bedrijven met meer dan 250 medewerkers loopt dat op naar 54%. En het percentage medewerkers dat onder werktijd vrijwilligerswerk doet, groeide in twee jaar van 17% naar 29%.

Een vijver vol talent die je nog niet aanboort

Voor vrijwilligersorganisaties is dit een kans die nog lang niet door iedereen wordt benut. Want wat een bedrijf organiseert als teamdag of CSR-activiteit, is voor jouw organisatie een instroom van gemotiveerde mensen met concrete vaardigheden. De jurist die pro bono advies geeft. De marketeer die een campagne opzet. Het team dat een dag lang klust. Dat levert niet alleen handen op, maar ook expertise die je zelf niet in huis hebt. Je bereikt een doelgroep die via andere wervingskanalen lastig te vinden is: werkenden tussen de 30 en 50, met weinig tijd maar veel te bieden.

Het vraagt wel iets van jou

Bedrijfsvrijwilligers komen niet met de standaard aanpak. Ze willen kortdurend, projectmatig en op maat. Dat vraagt bereidheid om vrijwilligerswerk anders in te richten. Maar de investering loont. Zeker als je een goede match vindt tussen jouw project, het bedrijfsdoel én het talent van de medewerker. Dat is de combinatie waarbij iedereen écht blij wordt, en waarbij een eenmalige klus regelmatig uitgroeit tot iets meer.

Zo pak je het aan

Breng in kaart welke taken zich lenen voor korte, projectmatige inzet. Denk ook aan skills-based projecten waarbij bedrijven hun expertise inzetten in plaats van alleen hun handen. Check de volgende bladzijde voor meer tips!



De kansen van medewerkersvrijwilligerswerk

Wil jij een samenwerking opzetten met een bedrijf om zo een aantal 'nieuwe gezichten' te vinden? Deze tips helpen je om anderen ook zo enthousiast te krijgen over medewerkersvrijwilligerswerk!

Medewerkersvrijwilligerswerk is een efficiënte HR-tool. [Oxford ontdekte zelfs dat het de énige bewezen vitaliteitsinterventie is!](#)

Medewerkersvrijwilligerswerk kan in elke fase van de HR-reis ingezet worden:

- Recruitment – aantrekkelijk werkgever
- Socialisatie – onboarding van nieuwe collega's, elkaar leren kennen
- Retentie – teambuilding, ontwikkeling
- Offboarding – pensioen of andere baan

Benieuwd? Lees meer op [Good Busy](#) (onderdeel van VrijwilligerswerkNL)

De (maatschappelijke) impact

Vrijwilligerswerk door werknemers biedt veel toegevoegde waarde. Voor de maatschappij, maar ook aan het bedrijf en zijn werknemers, zoals:

- Werving en werknemersbehoud
- Besparen op re-integratiekosten
- Transformatief leren, persoonlijke ontwikkeling en leiderschap
- Teambuilding en betrokkenheid: bijdrage aan de missie
- Inclusie: door vrijwilligersactiviteiten kom je in aanraking met andere gemeenschappen dan jouw eigen 'bubbel'

Waarom zouden bedrijven dit belangrijk moeten vinden?

De cijfers spreken voor zich:

- 66% van de werknemers vindt het (zeer) belangrijk dat bedrijven de mogelijkheid bieden om impact te maken (NLvoorelkaar, 2023). Leeftijd speelt een rol: 78% van de werknemers ouder dan 40 jaar vindt dit (zeer) belangrijk
- 77% van de werknemers vindt vrijwilligerswerk essentieel voor hun welzijn (Deloitte Volunteer Impact Study [via Good Busy](#)).
- 60% van de sollicitanten laat de maatschappelijke impact van een bedrijf zwaar meewegen in hun keuze ([De inspirerende 40 via Good Busy](#)).
- 57% minder verloop in bedrijven die vrijwilligersprogramma's voor werknemers aanbieden ([Doing good is good for you United Health Group](#))
- 12x meer participatie wanneer werknemers kunnen kiezen tussen door het bedrijf georganiseerde en zelfgekozen activiteiten ([Benevity](#)).

Wat willen werknemers doen?



Meer over CSR trends?

Download dan ook het gratis e-book over CSR en social Impact trends bij en voor bedrijven. Tjokvol inzicht en inspiratie over medewerkersvrijwilligerswerk en 'corporate volunteering', inclusief purpose cases van YoungCapital en Facilicom.

[Downloaden >](#)



Belangrijke datums

2026: Internationaal jaar van de vrijwilliger

De VN heeft 2026 uitgeroepen tot het jaar van de vrijwilliger. Een ode aan de impact die vrijwilligers wereldwijd maken. En een kans om vrijwillige inzet zichtbaarder te maken, ook richting gemeente, bestuur en financiers.

16 april: Hartjes actie

Teken je mee een (stoepkrijt)hartje voor iedereen die met z'n hart helpt? Met deze wereldrecordbrekende ode aan vrijwilligers maken we een prachtig statement voor alle helpers in het Jaar van de Vrijwilliger.

2 augustus 2026: EU AI Act — nieuwe verplichtingen

Vanaf 2 augustus 2026 gelden nieuwe verplichtingen voor hoog-risico AI-systemen, waaronder transparantie-eisen en verplicht menselijk toezicht.

7 december 2026: Nationale Vrijwilligersdag

Wacht vooral niet tot deze dag om je helpers te waarderen, maar sla 'm ook niet over. [Hier lees je meer inspiratie wat je op deze dag kunt doen](#). Tip: doe mee met de **gratis waarderingsactie** die NLvoorelkaar elk jaar voor alle vrijwilligers in Nederland organiseert!

Meer inspiratie?

[Download gratis de 'Social impact kalender'](#) met alle belangrijke dagen én inhakers rondom vrijwilligerswerk en goed doen →



De meeste reacties



KAARTJE VOOR EENZAME OUDEREN [CHALLENGE]

NLvoorelkaar

Bezorg eenzame ouderen letterlijk een glimlach door het sturen van een leuk kaartje 📄 Doe je mee? Het is heel makkelijk: 1. Klik...

Eenmalig Jongeren
 Challenge Online / thuis

Meer dan 500 deelnemers voor deze challenge afgelopen jaar. Leuk weetje: het record staat op 1.850 geschreven kaartjes – lekker bezig Marieke.



SPORTEN MET KINDEREN IN HET OLYMPISCH STADION

Eenmalig of wekelijks - 0 tot 1 uur
 NLvoorelkaar

*Ze kunnen weer even helemaal kind zijn... mooi dat je dat in een paar uurtjes per week kunt geven.

Sporten en bewegen is voor kinderen (en vrijwilliges ;-)) heel erg belangrijk. Niet gek dus dat deze activiteit heel populair was het afgelopen jaar. Het voldoet ook nog eens aan de trend: kortdurend, flexibel en met meerdere mensen te doen!



ENGELS LESGEVEN AAN VLUCHTELINGEN

Eenmalig of wekelijks - 2 tot 6 uur
 English for All

We zijn op zoek naar een groep vrijwilligers die Engels spreken en graag hun lesvaardigheden willen ontwikkelen en deel willen uitma...

jongeren (kleine) groepen

Je zou het niet zeggen op de camping, maar verrassend veel Nederlanders spreken zo goed Engels dat ze dit vrijwillig onderwijzen aan 'een groep dappere, geweldige' vluchtelingen. Prachtig!



RED JONGE BOMEN, MAAK DE REGIO GROENER!

Eenmalig - 1 tot 4 uur
 Meer.Bomen.NL

Meer Bomen Nu redt jonge bomen van plekken waar ze niet groot kunnen worden. Deze geven we gratis weg om te planten bij tal van groe...

jongeren challenge
 (kleine) groepen

Bijna 300 mensen gingen deze groene challenge aan en redden óf planten een boompje – voor mooiere wereld voor de flora, fauna en wij zelf.



KLETSMAATJES GEZOCHT!

Wekelijks - 20 tot 20 uur
 Stichting.Het.Begint.met.Taal

Wil je iets betekenisvol doen? Heb je interesse in andere culturen? En houd je van kletsen? Meld je dan aan voor 'Kletsmaatjes': on...

Bij deze populaire vrijwilligersklus worden de gezochte kwaliteiten omgedacht naar interesse gebieden (kletsen, cultuur), waardoor de win-win heel duidelijk is.

“De observeerbare vorm van vrijwilligerswerk is veranderd: van collectief verankerd, langdurig commitment aan één organisatie naar individueel verankerd, episodisch commitment aan vrijwilligerswerk in het algemeen dat past bij de individu. Goed nieuws voor de samenleving, maar een uitdaging voor non-profitorganisaties.”



Prof. dr. Lucas Meijs
Rotterdam School of Management, Erasmus University

Een nieuwe vorm van vrijwilligerswerk

Wereldwijd staat de vrijwillige energie niet onder druk. Maar de manier waarop die energie tot uiting komt, verandert al 25 jaar: het wordt episodischer, en zelfs spontaner. Vrijwilligerswerk is de materialisatie van vrijwillige energie in concrete actie, en de vorm van de concrete actie verschuift. Spontaan vrijwilligerswerk, zoals bij een natuurramp, vindt buiten non-profitorganisaties om plaats. Episodisch vrijwilligerswerk wordt de nieuwe norm voor organisaties die met vrijwilligers werken. Episodisch vrijwilligerswerk moet u begrijpen als vrijwilligerswerk dat een episode of aflevering is in het doorgaande verhaal van de organisatie maar ook in het levensverhaal van de vrijwilliger.

De verandering zie je ook terug in de data van dit e-book: het aandeel vrijwilligers dat (ook) kiest voor 'eenmalig' vrijwilligerswerk verdubbelde in vijf jaar van 17% naar 32%.

Het perspectief van de vrijwilliger

Episodisch vrijwilligerswerk past bij een samenleving waarin de gemeenschappelijke agenda niet meer collectief wordt bepaald. Mensen willen, moeten en kunnen hun eigen biografie schrijven, en vrijwilligerswerk kan daarin betekenisvolle episodes vormen: een hoofdstuk met een duidelijk begin en einde.

Die episodes kunnen sterk van aard verschillen: een langdurig commitment aan één organisatie (acht jaar penningmeester), een jaarlijks terugkerende activiteit (het jeugdkamp) of vele korte, zelfs eenmalige bijdragen. Het belangrijkste effect is dat mensen niet langer deel uitmaken van het verhaal van één organisatie, maar zelf levensloop episodes creëren, verspreid over meerdere organisaties.

“De bereidheid om te helpen lijkt een fundamenteel menselijke eigenschap”

Vanuit het perspectief van die organisatie lijken ze soms te stoppen met vrijwilligerswerk. Maar bekijk je de vrijwilligerslevensloop als geheel, dan zijn ze net zo betrokken als vorige generaties. De bereidheid om te helpen lijkt een fundamenteel menselijke eigenschap.

Het perspectief van de derde partij

Episodisch vrijwilligerswerk sluit ook aan bij de betrokkenheid van derde partijen: bedrijven, onderwijsinstellingen en initiatieven zoals nationale doedagen, vrijwilligerstoerisme, gezinsvrijwilligerswerk of vrijwilligerswerk voor singles. Deze betrokkenheid koppelt een expliciet extern doel aan een specifieke episode vrijwilligerswerk.

Bedrijven doen teambuilding door parken op te ruimen. Onderwijsinstellingen realiseren leerdoelen via service-learning. Gezinnen vrijwilligen samen voor kwaliteits- en opvoedtijd. Singles hebben een date met meerwaarde. In veel landen is de derde-partij betrokkenheid de meest zichtbare factor achter de vraag naar episodische mogelijkheden voor vrijwilligerswerk.

Dit patroon is in dit e-book beschreven als de 'kweekvis': vrijwilligers die worden gekweekt bij derde partijen zoals bedrijven (CSR), universiteiten of platforms als NLvoorelkaar. Derde-partijbetrokkenheid wordt daarmee ook een nieuwe manier om mensen in te leiden, of als u wil op te voeden, in vrijwilligerswerk.

Het perspectief van de non-profitorganisatie

Non-profitorganisaties schrijven hun eigen verhaal over maatschappelijke invloed: ze organiseren activiteiten voor leden, verlenen diensten aan mensen die dat nodig hebben of geven stem aan vergeten doelen. Die verhalen lopen door, maar kennen, net als bijvoorbeeld de tv-serie Friends, in elke aflevering bekende en nieuwe gezichten. Episodisch vrijwilligerswerk verbindt nieuwe gezichten aan de volgende aflevering van het organisatieverhaal.

Dat kan ook betekenen dat organisaties specifieke korte episodes creëren voor derde partijen, die onderling sterk op elkaar kunnen lijken. Een organisatie voor Jarige Job kan het inpakken van pakketten organiseren als activiteit voor bedrijven (teambuilding), voor studenten (leren door te doen), voor gezinnen (opvoeden), voor singles (daten). Voor hen is het een unieke episode. Voor de organisatie bijna een herhaling maar met iedere keer net een ander scenario zodat de 'nieuwe acteurs' een rol spelen die past bij hun doelstelling.

Dit is ook het organisatorische antwoord op de veranderende realiteit. Episodisch vrijwilligerswerk biedt een toegankelijke kans voor mensen om hun helpende natuur in daden om te zetten, en van daaruit verder te groeien. Dat gaat wel gepaard met andere werving- en socialisatiekosten. Ze zijn hoger bij 'gewone individuen' en worden mede-gedragen door anderen bij 'kweekvis'.

'Voor hen is het een unieke episode. Voor de organisatie bijna een herhaling.'

Maar kortdurend episodisch vrijwilligerswerk is ook makkelijker vol te houden voor mensen met minder privileges; het is inclusiever. Het vergroot de toegang tot vrijwilligerswerk.

Het perspectief van de samenleving

Episodisch vrijwilligerswerk her-verankert (re-embed) vrijwillige inzet door veranderingen in de samenleving te accepteren. Het idee dat mensen over hun leven heen evenveel uren vrijwilligerswerk doen, maar verspreid over meer organisaties, levert op maatschappelijk niveau geen probleem op.

En het idee dat episodisch vrijwilligerswerk de drempel voor nieuwe vrijwilligers verlaagt voor mensen die het zich niet kunnen veroorloven om elke week vrijwilliger te zijn, zou weleens een groot maatschappelijk voordeel kunnen zijn.

'Die tweede groep verdient evenveel aandacht, want in hen investeren is investeren in de toekomst van vrijwillige energie en in impact!'

Episodisch vrijwilligerswerk is hier om te blijven. Non-profitorganisaties doen er goed aan om langdurig commitment te combineren met flexibele vormen van inzet: voor de vrijwilliger die een lange episode wil schrijven én voor de vrijwilliger die wil helpen, maar niet elke week. Die tweede groep verdient evenveel aandacht, want in hen investeren is investeren in de toekomst van vrijwillige energie en in impact!

Prof. dr. Lucas Meijs is hoogleraar Strategic Philanthropy and Volunteering aan de Rotterdam School of Management, Erasmus University.

Deze bijdrage is een Nederlandse bewerking van Meijs, Lucas (2025). Episodic Volunteering. In Philanthropie Aktuell 25/02, CEPS.

Tip guide

Een vrijwilliger binnenhalen is meer dan een vacature online slingeren. Tenminste, als je het goed wilt doen. En dat wil je, want in deze markt maken kleine dingen het verschil. Met wat extra aandacht en creativiteit maak je veel meer kans niet alleen een nieuwe kracht te werven, maar ook gelijk een ambassadeur voor jouw organisatie.

Connecting time for good

ing skills for good

5x slimmer gevonden worden

Posters, flyers, abri's, lokale kranten, Google, vrijwilligersplatformen, Facebook, Instagram, LinkedIn, Snapchat, TikTok, Youtube, Whatsapp, je eigen website... welk kanaal moet je kiezen om nieuwe vrijwilligers te vinden?

One size does not fit all

Laten we beginnen met welk kanaal je ook kiest, je niet altijd overal dezelfde content, zoals een vacaturetekst kunt gebruiken. Afmetingen, layout, tekst en afbeeldingen werken per kanaal anders. Maar ook de doelgroep en daarmee informatiebehoefte per kanaal zal verschillen. Op een ABRI wil je bijvoorbeeld weinig tekst, op een vacaturesite juist mooi uitgeschreven en op Instagram wil je waarschijnlijk liever een Reel maken voor het meeste bereik en dus kans op succes.

Tip: maak een keuze – zodat je dat ook echt goed kunt doen. Met half werk bereik je helaas vaak helemaal niks.

8 seconden regel

De aandachtspanne van een gemiddeld mens blijkt tegenwoordig welgeteld 8 seconden. Dat is heel kort. Houd je boodschap dus ook kort (en krachtig)!

Ik probeer hier de daad bij het woord te voegen maar de kans dat je dit (met aandacht) leest is veel kleiner dan dat je de eerste bladzijde hebt gelezen. Dus leer hiervan en communiceer je belangrijkste boodschap meteen, helder en duidelijk, zodat je binnen die 8 seconden blijft ;-).

Gratis is duurzaam

Adverteren kan een prachtige boost geven aan je bekendheid en bereik, maar is altijd tijdelijk. Voor een duurzamere lange termijn strategie kun je beter inzetten op *free publicity*, SEO (gevonden worden in Google) of NLvoorelkaar.nl (zowel gratis vrijwilligers werven als beter gevonden worden/bereik).

Tip: wed niet op één paard, je kunt alle gratis kanalen ook combineren!

Social media collabs

Werk op social media samen. Met je vrijwilligers, de sector, gemeente, ambassadeurs etc. Dat is de snelste manier om sámen te groeien, zonder dat het veel geld kost. Vertel samen hoe het is om het verschil te maken, wat dat met iedereen doet, waarom je dat doet, maak een statementvideo, challenge of bedenk iets anders creatiefs.

Tip: houd het authentiek, dat is júst de kracht van storytelling in ons vakgebied. Beetje knulligheid kan dus in je voordeel werken!

De kracht van je netwerk (en jou)

Via via is nog steeds een geweldige manier om vrijwilligers te vinden. Mensen zijn bij een **persoonlijke vraag 34x zo snel** geneigd iets voor jou te doen. Dus vraag je netwerk om hún netwerk te vragen om vrijwilligerswerk te komen doen. Niet bang zijn dat je te vaak vraagt, mensen moeten iets 7x horen om te onthouden dus je hebt nog wat keren te gaan...

NLvoorelkaar maakt trouwens gebruik van dit principe, door vrijwilligers passende activiteiten 'voor te stellen'. Dat is één van de redenen dat 89% van de vrijwilligers binnen 1 week een match maakt!

Tip: maak er een feestje van: hoe leuk is een wervingsborrel?

Microvrijwilligerswerk: dé manier om die drempel te verlagen

9 op de 10 mensen wil (een keer) vrijwilligen. Maar dat gebeurt niet, omdat de stap vaak te groot is. Microvrijwilligerswerk kan hierbij helpen!

Microvrijwilligerswerk is een wereldwijde trend. Hiermee laat je mensen makkelijk kennismaken met goed doen, waarna inspireren voor duurzame inzet veel makkelijker is. Een paar micro voorbeelden zag je al bij de beste activiteiten voorin dit e-book: een kaartje schrijven voor eenzame ouderen of een clean-up actie.

Zo organiseer jij ook microvrijwilligerswerk:

- Bedenk welk soort 'taken' zich hiervoor lenen. Bijvoorbeeld een ervaringsverhaal schrijven, een rondje onkruid wieden of een social post delen.
- Maak concreet welke expertise nodig is, of juist niet. Bonuspunten als je het samen kunt doen: dan tackel je gelijk die drempel.
- Bedenk een strategie om de microvrijwilligerswerk taken bekendheid te geven. Plaats 'm bijvoorbeeld op NLvoorekaar.
- Tenslotte bedenk je alvast een strategie om van micro macro te maken. Als iemand enthousiast is, wat is dan het volgende wat je kunt aanbieden? Je kunt ook creatief zijn met een 'beloningssysteem' of 'gamification': kun je punten halen en daarmee sparen of iets winnen?

Succes!



Slimme tools

AI assistent: meer en beter in minder tijd

Laat AI je helpen met de opzet van je strategie of communicatieplan, documenten samenvatten of juist uitvoer: schrijven van vacaturetekst tot nieuwsbrieven.

AI afbeeldingen: het perfecte plaatje

Met AI tools heb je geen stockfoto of dure fotoshoot meer nodig. Dat bespaart tijd én geld. Ga er wel verantwoord mee om, want afbeeldingen (en video's) kosten enorm veel energie.

Automatisch doorplaatsen

Met de NLvoorelkaar vacaturebank widget worden jouw vacatures ook op alle 90 aangesloten platformen getoond én gematcht aan passende vrijwilligers in de buurt.

Google jobs voor vrijwilligerswerk

De Google Jobs sectie wordt bóven de gewone zoekresultaten op Google getoond dus dit wil je! Vraag de *webdeveloper* om dit te installeren (of post op NLvoorelkaar.nl want daar staat dit al geïnstalleerd!).

Automatiseer wat je herhaalt

Wanneer je je afvraagt of iets nou niet slimmer kan, dan kan dat vaak ook ;-). Dus vertel je vaak hetzelfde? Maak er een filmpje van, een mooi introductieboekje of slides. Met 'Automation' tools of zelfs AI zorg je ervoor dat je doelgroep het op het juiste moment krijgt.

Communicatiemateriaal

Met Canva maak je de mooiste presentaties, flyers, social posts en meer. Als nonprofit krijg je veel korting!

5 tips voor een top vacature tekst

Er staan op NLvoorelkaar.nl gemiddeld 10.000 vrijwilligerswerkvacatures en hulpvragen open. Twee tot drie keer zoveel als een gemiddelde vacaturesite. Hoe bereik je dé ideale vrijwilliger? Vijf schrijftips die je meer reacties opleveren.

Tip voor de tips: gebruik deze tekst om je AI tool te 'voeden', zodat ie de tips meteen meeneemt in een top tekst op maat!

Spring eruit

Een goede afbeelding laat je opvallen en geeft gelijk de sfeer weer. Gebruik de beeldbank van NLvoorelkaar – afbeeldingen van Google kunnen je een boete opleveren.

Houd de titel kort en krachtig. 'Vrijwilliger gezocht' kun je weglaten: op een platform vol vrijwilligerswerk val je daar juist níet mee op.

Overzichtelijk

De helft van je doelgroep zoekt op z'n telefoon. Houd zinnen kort, gebruik bulletpoints en kopjes. Zet de belangrijkste info bovenaan: de voordelen, de impact, de tijdsinvestering. Check je tekst ook even op je eigen mobiel!

Duidelijk (en geen clichés)

"Enthousiaste vrijwilliger met hands-on mentaliteit en affiniteit met de doelgroep". Wat betekent dat nou? En wie voelt zich aangesproken?

Schrap de clichés en beantwoord de vragen die vrijwilligers écht hebben: wat ga je precies doen, wanneer, met wie? Concreet, niet hoog over.

Maak het persoonlijk

Vrijwilligers komen vanuit intrinsieke motivatie. Speel daarop in: wie help je, waarom, wat levert het op? Een informele schrijfstijl mag, maar houd het wel netjes en bewaak de privacy. Vertel dat je cliënt graag wandelt in het bos, maar niet de exacte locatie.

Voordelen benoemen

Helpen doet ook iets met jezelf. Van geluksstofjes en langer leven tot meer zelfvertrouwen en zingeving. Deel dat! Wat levert vrijwilligen bij jouw organisatie op? Een gezellig gesprek, nieuwe vaardigheden, leuke collega's?

Een quote of kort ervaringsverhaaltje van een huidige vrijwilliger maakt het nog concreter. Vraag het ze gewoon – ze weten zelf het beste wat er zo leuk aan is, en verwoorden dat ook het meest authentiek.

Tips & inspiratie

[In dit artikel lees je nog meer tips voor het schrijven van een top tekst.](#)



Diversiteit in goed doen biedt kansen

Er zijn oneindig veel mogelijkheden om iets goeds te doen. Waarom zie je op een gemiddelde vrijwilligersvacaturebank of -platform dan vooral het 'klassieke' vrijwilligerswerk?

Er zijn heel veel soorten vrijwilligerswerk die nog maar nauwelijks online zichtbaar zijn. Die moet je 'weten'. Niet handig, omdat 90% van de mensen op Google (of met een AI tool) op zoek gaat naar een snel antwoord of oplossing. Het zou zonde zijn als we als samenleving dit onbenutte potentiële niet weten aan te spreken – of als jij deze vrijwilligers mist.

'Nieuwe' vormen van goed doen

Er zijn ontzettend veel manieren van goed doen of vrijwilligerswerk die diversiteit in je vrijwilligerswerkeraanbod aanbrenge. Digitaal of virtueel vrijwilligerswerk, skillbased (of pro bono) goed doen, projecten, met collega's onder werktijd, microdonaties microvrijwilligerswerk (in een paar uur) of nanovrijwilligerswerk (in enkele seconden te doen zoals het tekenen van een petitie, delen van een social post). Nieuw zijn ze inmiddels niet meer zo, maar misschien nog wel voor jouw aanbod?

Focus op de 'hoe'

Deze vormen laten zien dat de gewenste diversiteit eigenlijk niet in het 'wat' ligt, maar in de 'hoe'. Dat is goed nieuws, want waarschijnlijk is variëren in wat er moet gebeuren lastiger dan het hoe.

Tip: organiseer een brainstorm met een bedrijf/ partners van collega's/ je burens en kijk hoe je de 'hoe' diversiteit kunt verhogen door elk van de genoemde varianten toe te passen op jouw organisatie. •

Nieuwe gezichten



Het vinden van vrijwilligers vraagt om een frisse blik. Ga uit van wat mensen graag willen doen in plaats van wat jij nodig hebt.

Zo open je de deur voor nieuwe groepen: jongeren, werknemers of zelfs hele teams. Want wie doet wat hij leuk vindt, blijft langer betrokken.

Denken in mogelijkheden: wat kan er wél

Vrijwilligerswerk aanpassen aan de wensen van nieuwe doelgroepen vraagt om creativiteit en flexibiliteit. Stel je voor: in plaats van een vrijwilliger die elke vrijdag beschikbaar is, vind je een bedrijfsteam dat samen de vrijdagactiviteit adopteert. Elke week komt er één van de werknemers die elke maand rouleren. Grote kans dat je dan niet 1 maar een aantal nieuwe vrijwilligers hebt én dat het ook nog meer gezelligheid oplevert!

Jongeren: duidelijkheid en flexibiliteit zijn key

Jongeren willen graag meedoen, maar wel op hun eigen voorwaarden. Zorg dat je activiteiten:

- Een duidelijke tijdsinvestering vragen.
- Flexibel zijn in planning.
- Een divers aanbod hebben waar ze uit kunnen kiezen.

Bied heldere communicatie en laat zien dat ze op hun eigen manier kunnen bijdragen. Zo maak je het voor hen aantrekkelijk en toegankelijk.

Werknemers: klein beginnen, samen sterker

Vrijwilligerswerk onder werktijd? Veel bedrijven stimuleren dit! Werknemers zoeken vooral:

- Een concrete tijdsbesteding die past in hun drukke schema.
- De mogelijkheid om samen met collega's te starten, al zijn het er maar 2 tot 4.

Zorg dat je activiteiten klaarstaan voor een klein team en maak het makkelijk om een keer te proberen. Zo maak je die eerste stap laagdrempelig.

Pensionado's: een goudmijn aan ervaring

Pensionado's nemen het vrijwilligerswerk serieus: gemiddeld 67 dagdelen per jaar. Maar ook zij willen flexibiliteit en duidelijke afspraken. Deze groep vindt het extra belangrijk om hun kennis en ervaring in te zetten. Maak daar gebruik van! Denk aan mentorrollen, strategisch advies of uitdagende projecten. •

Experiment: een open uitnodiging

Een 'open uitnodiging', niet gericht op een bepaalde doelgroep of een bepaalde functie, kan soms enorm goed werken om 'nieuwe gezichten' te vinden.

Zo doe je dat

Organiseer bijvoorbeeld een hackaton, of gewoon een ouderwetse brainstorm/pizza avond/creatieve sessie voor extra denkkraft. Strategische, organisatorische of creatieve uitdagingen passen hier goed bij.

Ter inspiratie: laat meedenken over het bedenken, maken en uitrollen van een wervingscampagne dat medewerkersvrijwilligerswerk promoot, het implementeren van een nieuw CRM systeem of het opzetten van nieuwe vrijwilligerstaken/functies die inspelen op de behoefte van diegenen die aanwezig zijn.

Naast dat je nu super waardevolle inhoud hebt opgehaald, kun je hen ook vragen wat zij nodig hebben om vaker iets goeds te doen. Succes!

Lift mee op momenten van hoge energie (of maak ze zelf)

De afgelopen jaren hebben we gezien dat een crisis of grote maatschappelijke uitdagingen (en daarmee veel media aandacht) een enorme do good energie kan opwekken. Bestaanszekerheid, een hittegolf, of zelfs een oorlog – actualiteiten zorgen voor veel nieuwe aanmeldingen van mensen die iets goeds willen betekenen. Maar hoe lift je hier maximaal op mee? Of misschien nog wel beter: creëer je ze zelf? Hieronder lees je twee snelle manieren.

Winston Churchill zei het al: “Never waste a good crisis”. Dat geldt ook voor vrijwillige inzet!

Inspelen op wat er speelt in de maatschappij

Inspelen op de vrijgekomen vrijwillige energie in de maatschappij is vele malen efficiënter (en daarmee goedkoper!) dan deze zelf proberen op te wekken met campagnes, advertenties en meer.

Een slimme truc: creëer mogelijkheden voor vrijwillige inzet op het moment dat jij je zélf aangesproken voelt door iets in het nieuws. Van die momenten waarop je denkt: maar hé, dát kunnen wij iets aan doen! Maak er een meedoe-moment van:

- Vertel erover op je socials, ga het gesprek aan.
- Zet een aanmeldpunt online op je eigen site.
- Plaats een vraag op NLvoorelkaar. Zo bereik je in een keer een hele community die graag iets doet.



Snelheid boven perfectie

Snelheid is het allerbelangrijkste bij het inhaken op dingen die spelen in de maatschappij. Want de aandacht is zo weer op een volgend onderwerp gericht... Daarbij: hoe authentieker, hoe beter soms. De huisstijl mag best een keer wat losser (of niet) worden toegepast.

Natuurlijk wel zorgen dat je alles goed regelt: als mensen willen aanmelden, kunnen ze dat dan? Is er een vervolgstap zodat ze iets van je (blijven) horen?

Tip: Er komt altijd weer een volgende crisis, ramp, hittegolf of kerst. Bereid je campagne dus alvast voor!

Inspelen op individuele energie

Naast de energie die er bij een crisis loskomt in de samenleving, kun je ook op de energie inspelen van individuen: de reden dat mensen willen vrijwilligen of iets goeds doen.

Activiteiten met een duidelijke tijdsinvestering zijn gewenst. Eenmalige/kortdurende activiteiten (als kennismaking), challenges en activiteiten die je met een groepje kunt doen zijn populair. Diversiteit doet eten (of naja: vrijwilligen) en laat mensen zelf meedenken en beslissen in wat/hoe ze dat doen en waardeer ze voor hun inzet.

Tja, heel nieuw is het allemaal niet. Volgens prof. dr. Lucas Meijs weten we deze dingen al tientallen jaren. De truc is dan ook niet weten, maar doen. Het goed toepassen en je blijven aanpassen aan wat vrijwilligers enthousiast maakt, is dé kunst van de vrijwilligerscoördinator.

Experiment: Een 'menukaart'

Mensen kiezen graag. Dat geldt ook voor vrijwilligers. Geef ze een menukaart met opties:

Creëer 3 soorten 'gerechten':

- Snacks: Eenmalige klus
- Voorgerechten: Kort project
- Hoofdgerechten: Structureel vrijwilligerswerk of langere projecten.

Brainstorm met collega's hoe je je menukaart vult. Welke activiteiten zijn er al, welke kun je relatief makkelijk een keer toevoegen om het uit te proberen?

Maak er iets moois van met gratis tools als Canva en serveer 'm uit in allerlei contactpunten in je buurt. Misschien wel op de WC's van horecagelegenheden in de buurt ;-)?

Warm bad

We zouden bijna vergeten dat de efficiëntste manier om genoeg vrijwilligers te houden niet bij het werven ligt, maar het behouden van die toppers. Met deze 6 praktische tips zorg je voor een warm bad vanaf de kennismaking.

Community: cultuur, sfeer, verbondenheid. Creëer een gevoel van gemeenschap onder de vrijwilligers met een cultuur waar iedereen welkom is. Sociale evenementen kunnen helpen om onderlinge relaties en een gevoel van saamhorigheid te versterken.

Succes vieren! Van (persoonlijk) hoogtepunt tot mooie mijlpalen. Het versterkt een gevoel van trots en betrokkenheid én stimuleert een positieve en waarderende organisatiecultuur.

Waardering. Elk mens, vrijwilligers in het bijzonder, vinden het fijn wanneer hun inspanningen gewaardeerd worden. Dit kan variëren van een eenvoudig 'dankjewel', een handgeschreven kaartje, tot meer formele erkenningen zoals certificaten of awards bij een jaarlijks feestmomentje.

Persoonlijke groei en ontwikkeling. Geef ruimte en tijd voor groei. Van trainingen tot nieuwe taken, maar vooral: in gesprek blijven over hoe het gaat, wat iemand nog wil meemaken, leren, ontwikkelen.

Effectieve communicatie. Houd de communicatielijnen open. Regelmatige updates, feedbacksessies en het betrekken van vrijwilligers bij besluitvorming zorgen ervoor dat ze zich gewaardeerd en gehoord voelen.

Flexibel plannen. Wees flexibel in het inroosteren. Het aanbieden van verschillende rollen en tijdsbestedingen kan mensen behouden en zelfs aantrekken.

**Show me
your biggest
wave of
impact**

Dankwoord

Enorm veel dank aan alle respondenten en deelnemers van NLvoorelkaar en ons netwerk van doe-goed platformen. Jullie maken dagelijks het verschil en zijn daarmee de inspiratie voor ons allen! Door en voor jullie gaan we elke dag met veel passie aan het werk om nóg meer impact en innovatie te realiseren.

Ook een grote *shout out* aan Lucas Meijs en collega's van de Erasmus Universiteit Rotterdam voor het mee samenstellen van deze alweer 12e editie.

Tenslotte zijn we ontzettend dankbaar voor de meer dan 90 partners met wie we dagelijks dit impact avontuur mogen aangaan. Alleen samen krijgen we het voor elkaar. Dankjewel voor het vertrouwen en de kans om samen met jullie vrijwillige inzet te innoveren!

Over ons

Wie we zijn en hoe we elke minuut twee mensen blij maken.

The Impact Department is de nieuwe naam van Social Care Network, onze organisatiernaam. Daar waren we zelf ook geen fan van, vandaar dat je ons waarschijnlijk kent van ons platform NLvoorelkaar.nl. The Impact Department vertegenwoordigt het grootste doe-goed netwerk van Europa.

Door mensen, tijd en talent te verbinden zorgen we ervoor dat elke impact act telt. We geloven dat impact maken simpel moet zijn: draag bij op een manier die bij jou past, want dat geeft de meeste energie en zorgt zo voor de grootste impact. Al die kleine impact momentjes tellen zo op tot een enorme golf van verandering: 'the ripple effect of doing good'.

Vanaf 2011 bouwen we toonaangevende platformen en communities die écht het verschil maken. We inspireren iedereen iets goeds te doen met z'n tijd en talent en verbinden hen aan iedereen die hulp nodig heeft: van inwoner tot buurtinitiatief tot een groot deel van alle stichtingen in Nederland (15.000 maar liefst!).

Met onze partners bouwen we samen een ecosysteem van goed doen. Gemeenten, vrijwilligerscentrales en -organisaties, bedrijven en inwoners: samen krijgen we het voor elkaar.

Elke minuut maken we een match waar 2 mensen blij van worden. Zo zorgen we samen voor een fijne maatschappij voor iedereen. Meer sociale cohesie, participatie, verbinding, eerlijke kansen, positieve energie, fijnere buurten en een groenere wereld (oftewel: 17 van de 17 Sustainable Development Goals – het hele pakket).

Waarom dit onderzoek

We vinden het belangrijk om te meten wat werkt, zodat we dat kunnen vergroten. Daarom verrichten we elk jaar dit onderzoek samen met al onze partners en natuurlijk deelnemers (zie dankwoord!). De kennis en inzichten delen we graag met iedereen die enthousiast wordt van (meer) vrijwillige inzet via dit e-book. Zo maken we samen goed doen nog veel beter!

Maak je de droom mee waar?

Een fijne samenleving begint bij jezelf. Je bent bij deze van harte uitgenodigd om jouw tijd en talent te delen via één van onze 90 platformen. Of help ons goed doen beter te maken door dit e-book te delen in je netwerk of LinkedIn via het delen van de download pagina. En zoek je een oplossing voor meer vrijwillige inzet? Nodig ons uit voor een impacThee of koffie, dan inspireren we je graag wat je kunt bereiken met slimme techniek, activatie en implementatie!



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

Één ecosysteem voor slimme activatie, verbinding en impact voor iedereen

Nieuwe vragen in 2025: 28.000

Verbindingen in 2025: 105.000

Nieuw aanbod in 2025: 25.000

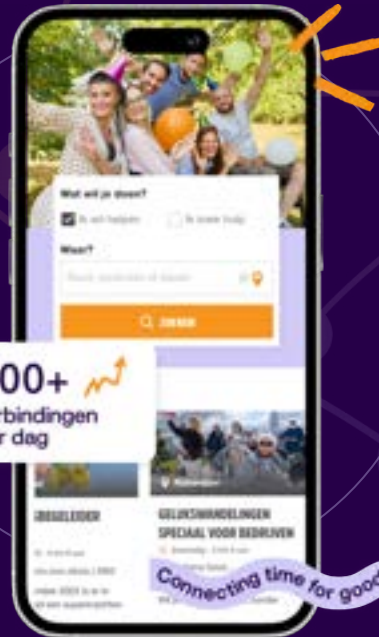
Vrijwilligersorganisaties | Buurtinitiatieven | Inwoners | Medewerkers

Vrijwilligerspunten (VVC), welzijn en gemeente/overheid



Vragen

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



Aanbod

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

Bedrijven

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



Ondersteunende en faciliterende infrastructuur

Voor meer bereik, activatie en meetbare impact.

Over dit onderzoek

Het jaarlijkse onderzoek én de database waarop dit e-book gebaseerd is, is de afgelopen jaren uitgegroeid tot het grootste onderzoek naar vrijwillige inzet in de EU. Hieronder vind je alle ins- en outs.

Methode

Dit e-book bevat de feedback van **14.128 respondenten**. Zij zijn actieve deelnemers op één van de 90 doing good platformen en portals van [NLvoorelkaar](#) / [The Impact Department](#). Alle actieve deelnemers van de platformen zijn per e-mail uitgenodigd om deel te nemen aan een online vragenlijst. De vragenlijst sloot 1 december 2025 en is in dezelfde maand geanalyseerd. Het vragenlijstonderzoek is opgezet, uitgevoerd en geanalyseerd door NLvoorelkaar i.s.m. prof. dr. Lucas Meijs, Rotterdam School of Management, Erasmus University (RSM).

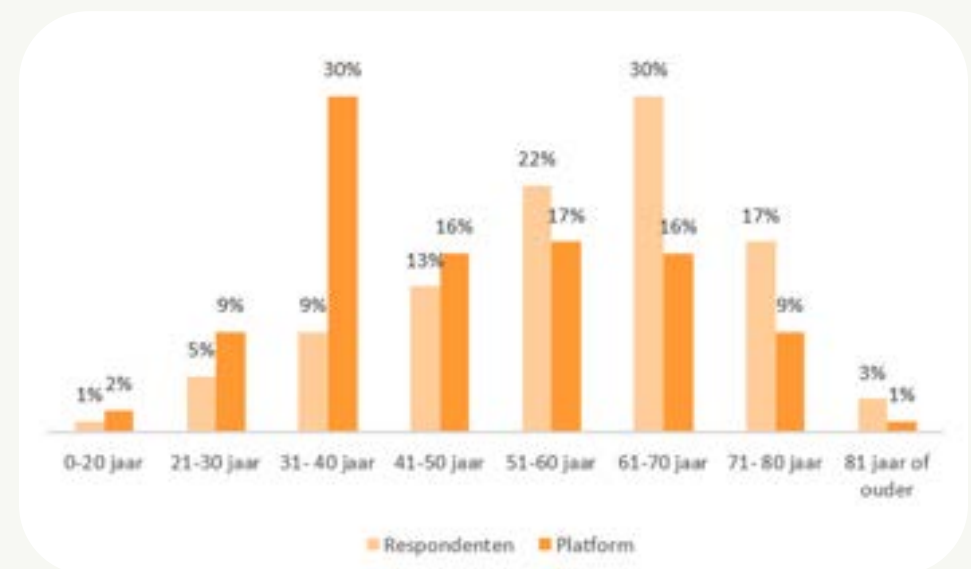
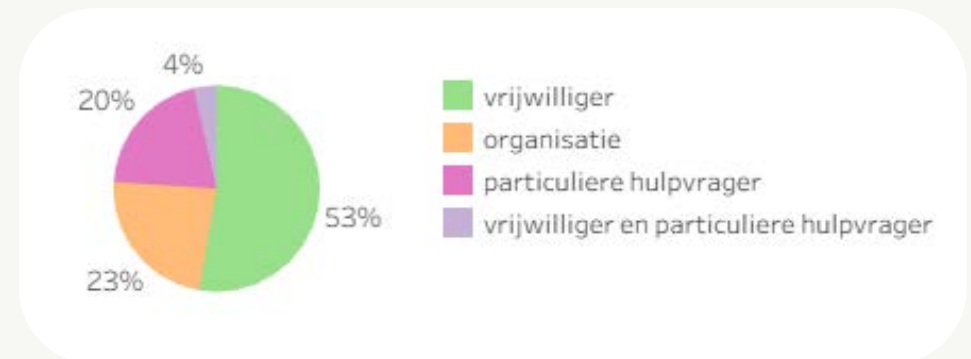
Daarnaast bevat dit e-book de data van ruim **306.000 platformdeelnemers**, die geanonimiseerd is geanalyseerd.

Demografie

Type respondent:

In het onderzoek gaf 53% aan vrijwilliger te zijn, 20% een particuliere hulpvrager, 4% zowel een vrijwilliger als particuliere hulpvrager en 23% een maatschappelijke organisatie.

Naar verhouding hebben iets minder vrijwilligers het vragenlijstonderzoek ingevuld dan er op de platformen actief zijn. Ook waren respondenten, met name de vrijwilligers, gemiddeld ouder. Dit is inherent aan de gebruikte methodiek van vragenlijst onderzoek.

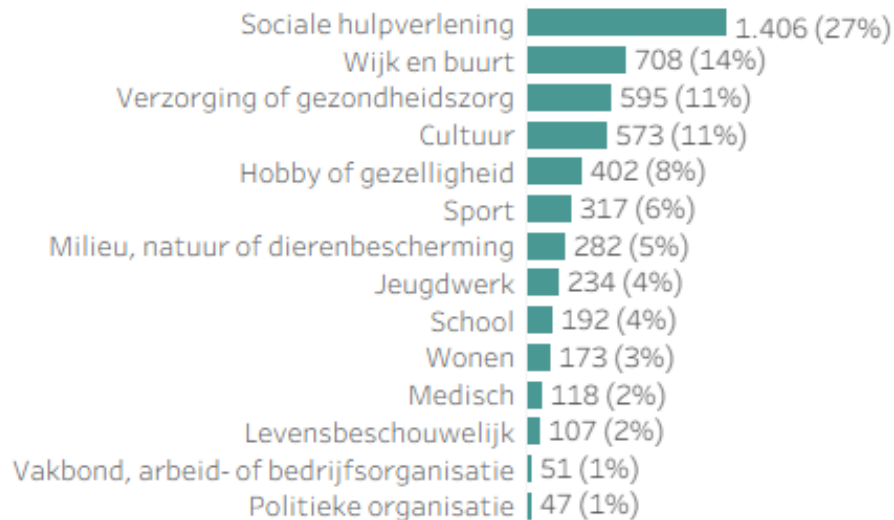


Organisaties:

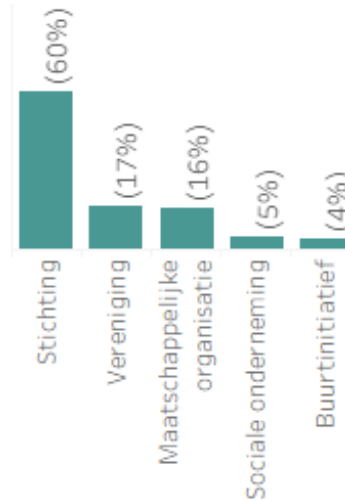
De respondenten met de rol 'maatschappelijke organisatie' zijn divers en verspreid over 14 sectoren. Dit lijkt een vertegenwoordiging van de praktijk te zijn en is gelijk aan voorgaande jaren van dit onderzoek.

De organisatievorm van respondenten met de rol 'maatschappelijke organisatie' is overigens niet altijd een maatschappelijke organisatie. Dat is alleen de naam van de rol op het platform.

Sectoren maatschappelijke organisaties



Organisatievorm respondenten met 'maatschappelijke organisatie' rol



Representativiteit

Het responspercentage van dit onderzoek is gemiddeld (8%). Met een 99% betrouwbaarheidsinterval is de foutmarge zeer klein (1%).

Dit betekent dat de resultaten van dit onderzoek zeer **betrouwbaar en representatief** zijn voor de rest van de doelgroep in de sector vrijwilligerswerk / vrijwillige inzet.

Houd er rekening mee dat er wel sprake is van een *bias*, zoals bij elk onderzoek. Dit onderzoek is namelijk uitgevoerd onder actieve platformdeelnemers: mensen die dus voldoende online- en taalvaardig zijn.

Show me your biggest wave of impact



www.nlvoorelkaar.nl

NLvoorelkaar.nl is het grootste doe-goed platform van Europa.
Het platform is bedacht, gemaakt en vrij toegankelijk gehouden door
The Impact Department.



www.theimpactdept.com