

DENKKRACHT UTRECHT

DKC DeBroekriem
Zaterdag 4 februari 2017



DEBROEKRIEM

Denkkracht Utrecht

Denkkracht Utrecht (DKU) is een netwerk van 25 Utrechtse young professionals. Zij hebben hart voor de publieke zaak en de ambitie om maatschappelijke, strategische en organisatorische vraagstukken te 'kraken'. Denkkracht Utrecht mobiliseert en activeert denk- en doekracht van young professionals om een bijdrage te leveren aan het oplossen van publieke vraagstukken. De young professionals uit het netwerk zetten zich op vrijwillige basis in voor Denkkracht Utrecht.



Met het netwerk van jonge academici worden onder andere zogeheten 'Denkkrachtcentrales' (DKC's) georganiseerd: dagen waarbij aan een maatschappelijk vraagstuk wordt gewerkt voor één of meerdere externe partners. Tijdens deze DKC's probeert Denkkracht Utrecht via creatieve werkvormen innovatie en nieuwe perspectieven te stimuleren, en door het stellen van andere vragen te komen tot nieuwe antwoorden. Daarbij benut zij het multidisciplinaire karakter van het netwerk en de verschillende werkachtergronden maximaal: een jurist valt niet alleen andere dingen op dan een bestuurskundige of een filosoof; hij/zij beschouwt een vraagstuk echt op een andere manier. Ditzelfde geldt voor iemand die bij de provincie werkt ten opzichte van iemand die bij de vakbond, een groot adviesbureau of bij de universiteit werkt. Die verschillende perspectieven maakt Denkkracht Utrecht expliciet en zet zij in als kracht bij het zoeken naar nieuwe oplossingen.

Denkkrachtcentrale 4 februari 2017

De eerste DenkKraChtCentrale van 2017 stond in het teken van werk, of meer nog het vinden van werk. Werken is erg belangrijk; voor veel mensen lijkt 'ik werk dus ik ben' het credo. Tegelijkertijd zien we dat het vinden van een baan niet eenvoudig is, ook niet voor young professionals met één of meerdere masterdiploma's en older professionals met 30 jaar werkervaring. DeBroekriem probeert werkzoekenden met elkaar in contact te brengen. De afgelopen jaren is DeBroekriem gegroeid tot een netwerk van honderden (oud)deelnemers en vrijwilligers. Omdat in de praktijk blijkt dat deze verschillende subgroepen onderling weinig binding ervaren is Denkkracht Utrecht gevraagd mee te denken over de onderstaande probleemstelling:

Hoe kunnen we de broekriem als community laten groeien en verschillende groepen met elkaar een netwerk laten vormen?

Het voorliggende adviesdocument is het verslag van deze DenkkrachtCentrale. Vanuit DeBroekriem is bij de organisatie van de dag Pieter Vermeer betrokken. Robert-Jan Mast droeg bij door middel van een workshop community building. Enkele deelnemers van DeBroekriem waren aanwezig om mee te denken bij de denksessie. Vanuit Denkkracht Utrecht is de dag georganiseerd en begeleid door Johan Lise, Karin Snel, Kimberly Hazelaar & Thijs van den Enden.

De dag in foto's

Pieter Vermeer vertelt over DeBroekriem



Robert-Jan Mast vertelt over community



De eerste denksessie



Een baan laat zich niet zomaar vinden



Verder met de brainstorm

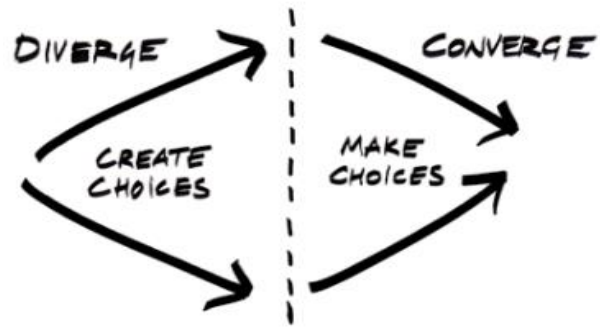


De jury voor de pithces



De denksessie

Tijdens de denksessie is door vijf verschillende teams, bestaande uit leden van DKU en leden van DeBroekriem, nagedacht over de vraag hoe we DeBroekriem als community kunnen laten groeien. Elk team richtte zich specifiek op een bepaalde subgroep binnen DeBroekriem: de potentiële deelnemers, de huidige deelnemers, de vrijwilligers, alumni & overheden en bedrijven.



De denksessie bestond uit twee onderdelen. In onderdeel 1 was het doel om divergent te denken: probeer zoveel mogelijk antwoorden te verzinnen op de gestelde vragen. In onderdeel 2 werd vervolgens convergent gedacht. Een of enkele goede ideeën werden verder uitgewerkt tot een concrete aanbeveling.

Convergent denken met behulp van persona's

Voor de denksessies is gebruikt gemaakt van zogenaamde persona's: niet-bestaande, fictieve karakters die symbool staan voor de verschillende leden van de subgroepen. Deze persona's bevatten bepaalde overeenkomsten met de verschillende subdoelgroep en 'belichamen' bepaalde persoonstypes. Persona's vormden een hulpmiddel om bepaalde eigenschappen, trends, verwachtingen en motieven van de subgroepen vast te stellen en op die manier tot passende oplossingen te komen.

Maken van de persona's

Eerst werd de groepjes gevraagd om een aantal persona's te verzinnen. Dit door een aantal kenmerken van de persona's te beschrijven waaronder de naam, geslacht, leeftijd, woonplaats, lifestyle, dagbesteding, sociaal netwerk, hoe lang werkloos, waarom werkloos, uiteindelijke doel(en) en droombaan.

Kijken door andermans ogen

Vervolgens keken de leden van de groepjes door de ogen van één van de persona's naar de vraagstukken. De organisatie van de DKU had vooraf ook een aantal persona's gemaakt, waaronder Donald Trump, Madonna en je moeder. Door de ogen van deze persona's naar de vraagstukken van de subgroep te kijken, leverde nieuwe inzichten op, wat de deelnemers hielp om buiten de bestaande kaders en oplossingen te denken.

Convergent denken

Ten slotte stond elk team voor de opgave om bij enkele van de ontstane ideeën concrete oplossingen uit te werken. Deze oplossingen werden in de vorm van pitches gepresenteerd aan een jury. Inzichten die verkregen zijn door de perspectieven van de verschillende persona's zijn hierin terug te zien.

De ideeën per subgroep

Subgroep 1: De potentiële deelnemers

DeBroekriem begon vier jaar geleden met 3 pasafgestudeerden aan het begin van hun carrière. Tegenwoordig is het ledenbestand veel diverser. De leden zijn van alle leeftijden en ook de periode dat zij zonder baan zitten verschilt. Wel zijn de meeste deelnemers hoger opgeleid. Het potentieel aan deelnemers is enorm: in Utrecht zijn nog 24.480 werkzoekenden die niet deelnemen aan DeBroekriem. De vraag is hoe kan DeBroekriem ervoor zorgen dat potentiële deelnemers zich direct onderdeel voelen van de community als ze met DeBroekriem in aanraking komen en hoe potentiële deelnemers (werkzoekenden) bereikt kunnen worden?

Idee: Targetmarketing met behulp van ambassadeurs

Om specifieke potentiële deelnemers, bijvoorbeeld jonge, pasafgestudeerden, beter te bereiken kunnen ambassadeurs aangesteld. Deze ambassadeur is een vrijwilliger van DeBroekriem die behoort tot de doelgroep die hij of zij wil bereiken. De ambassadeur vertegenwoordigt zijn of haar doelgroep zowel richting potentiële leden als binnen DeBroekriem.

Richting potentiële leden

- De ambassadeur kent als ervaringsdeskundige de doelgroep van potentiële leden waar hij zich op richt. Op deze manier kan hij met zijn persoonlijke, herkenbare verhaal goed potentiële leden aanspreken.
- De ambassadeur kan potentiële deelnemers bereiken met herkenbare verhalen op herkenbare plaatsen. Zo kan de doelgroep 'pas afgestudeerde potentiële leden' bereikt worden door een videoboodschap van een pas afgestudeerde lid van DeBroekriem op YouTube. Hierin kan hij vertellen wat DeBroekriem voor pasafgestudeerden kan betekenen.

Binnen DeBroekriem

- Binnen DeBroekriem zorgt de ambassadeur ervoor dat DeBroekriem aantrekkelijk is en blijft voor de specifieke doelgroep. Bijvoorbeeld door er op toe te zien dat er voor de specifieke doelgroep genoeg interessante events georganiseerd of workshops aangeboden worden.
- De ambassadeur draagt er op deze manier ook aan bij dat de sub-community van de doelgroep, bij de hele community betrokken wordt.

“Waarom heb ik middeleeuwse IJslandse antropologie gestudeerd? Al mijn vrienden hebben al een goede baan en ik zit hier helemaal alleen. Dit komt nooit meer goed, ik blijf de rest van mijn leven ongelukkig, wat moet ik nu...”

- Een pas afgestudeerde Middeleeuwse IJslandse antropoloog die de moed verliest.

Subgroep 2: De huidige deelnemers

De afgelopen jaren zijn er 5000 mensen die meegedaan hebben aan de activiteiten van DeBroekriem. De meeste deelnemers doen af en toe mee aan een activiteit en vormen geen duidelijke community. DeBroekriem vraagt zich af hoe er voor gezorgd kan worden dat huidige deelnemers zich meer onderdeel te laten voelen van de community en hoe zij meer gestimuleerd kunnen worden om actief te worden, bijvoorbeeld als vrijwilliger. Een andere vraag is hoe DeBroekriem ervoor kan zorgen dat huidige deelnemers uitschrijfgeld betalen als ze een baan vinden.

Idee: Decentraliseer!

Om DeBroekriem toekomstbestendig te maken en de groei van het aantal deelnemers aan te kunnen, moet de organisatie meer gedecentraliseerd worden.

Decentraliseer de aansturing van DeBroekriem

- Er is veel organisatie kracht in de verschillende regio's. Door meer verantwoordelijkheden over te laten aan de regio's kan de last voor het landelijke bestuur verlaagd worden.
- Er kan per regio een vrijwilliger aangewezen worden als teamleider van de vrijwilligers in die regio, die contact houdt met het landelijke bestuur.

Geef meer ruimte aan talenten van vrijwilligers

- Door de decentralisering komt er meer ruimte om de diversiteit aan talenten van vrijwilligers in te zetten. Nu ligt de nadruk erg op events, maar er zijn tal van andere zaken die ook door de vrijwilligers opgepakt kunnen worden. Zo kan iedereen zijn of haar talent ontwikkelen.

Zet meer in op regionale community

- Door decentraliseren ontstaat meer ruimte voor binding met de regio. Veel leden van DeBroekriem zullen binnen hun eigen regio op zoek zijn naar werk. Door een meer regionale aanpak ontstaat er meer community tussen deze leden.
- Alumni zullen zich ook beter verbonden voelen met de regionale community, waardoor zij langer betrokken blijven bij DeBroekriem.
- Ten slotte kan een regionale community van werkgevers ontstaan. Op deze manier kan er gezocht worden naar een match tussen lokale werkzoekenden en lokale werkgevers.

“Nu ik eindelijk bij Barcelona mag voetballen moet ik op zoek naar een opvolger. Wie kan mijn werk overnemen? Het is best wel veel eigenlijk. Misschien had ik eerder meer moeten delegeren....”

- Pieter over Nieuwe Pieter, zijn opvolger.

Subgroep 3: Vrijwilligers

De activiteiten van DeBroekriem worden georganiseerd door een klein deel van de deelnemers: de vrijwilligers. De vrijwilligers willen graag iets organiseren om zich zo te blijven ontwikkelen. 75% van de vrijwilligers hebben een achtergrond in HR of events. De uitdagingen voor deze subgroep zijn: hoe kan DeBroekriem de netwerkfunctie voor vrijwilligers versterken en ze zo meer onderdeel van de community laten worden? En zijn er manieren om er voor te zorgen dat ook vrijwilligers uitschrijfgeld betalen als ze een baan vinden?

Idee: Geef vrijwilligers meer ruimte en verantwoordelijkheid

Geef vrijwilligers meer ruimte voor eigen ontplooiing en geef meer aandacht aan de resultaten van DeBroekriem als geheel.

Maak vrijwilligers deel van het gezamenlijke succes van DeBroekriem

- Maak vrijwilligers meer onderdeel van DeBroekriem door samen aan een doel te werken. Stel aan het begin van het jaar een doel, bijvoorbeeld: dit jaar gaan we 500 mensen aan een baan helpen + jijzelf als vrijwilliger.
- Monitor en communiceer de doelen. Houd op de website bij in hoeverre het gezamenlijke doel gehaald is en geef een groot feest voor alle vrijwilligers als het doel behaald is. Op deze manier kunnen vrijwilligers ook op hun CV zetten dat zij samen 500 mensen geholpen hebben.
- Geef vrijwilligers meer ruimte voor hun specifieke kwaliteiten. Speel in op de kennis en expertise van vrijwilligers en zet hen naast de organisatie van events en workshops ook in voor andere taken.

Beloon vrijwilligers extra

- Geef vrijwilligers vanwege hun bijzondere inzet een bijzondere beloning. Breng hen in contact met alumni om eens een dag mee te lopen.

Maak het makkelijker om als oud-lid bij te dragen aan DeBroekriem

- Als vrijwilligers meer beloond worden, zullen zij ook meer terug willen geven aan DeBroekriem. Vraag bij uitstroom naar werk duidelijker en vaker om uitschrijfgeld.
- Geef uitschrijvers suggestiebedragen, bijvoorbeeld hoeveel het kost om één werkzoekende aan het werk te helpen. Zo kun jij als één uitschrijver één werkzoekende aan een baan helpen.
- Wees volledig transparant over de uitgaven. Zo wordt duidelijk wat er met het uitschrijfgeld gebeurt.

“Vrijwilligers kunnen meer dan events organiseren, ze kunnen van alles. Zelfs mensen aan een baan helpen”

- Pieter over vrijwilligers.

Subgroep 4: Alumni

Als mensen zich uitschrijven bij DeBroekriem wordt hen gevraagd om uitschrijfgeld te betalen. Er is weinig contact tussen de huidige leden en de oud-leden. DeBroekriem vraagt zich af hoe alumni/oud-deelnemers zich verbonden blijven voelen met de community DeBroekriem, ook als ze een baan hebben gevonden? Hoe kunnen alumni/oud-deelnemers gestimuleerd worden om (financieel) bij te dragen aan DeBroekriem?

Idee: Social, engage, inform & inspire: vier stappen tot community

Social

- Richt je op sociale media niet allen op werkzoekers. Gebruik die kanalen om het merk DeBroekriem te delen met het bedrijfsleven, potentiële leden en alumni.
- Breng op de sociale media af en toe een alumnus in beeld die vertelt hoe hij via DeBroekriem een baan gevonden heeft en hoe hij nu nog betrokken is bij DeBroekriem. Laat zien dat alumni erbij horen.

Engage

- Spreek alumni expliciet aan, bijvoorbeeld door een specifieke nieuwsbrief.
- Communiceer met alumni dingen die relevant en interessant zijn voor alumni, bijvoorbeeld de vraag of zij vanuit hun expertise een workshop willen geven

Inform

- Krijg beter in beeld wat voor alumni je hebt en wat je aan ze hebt. Leg een database aan met informatie over de alumni: waar werken ze, wat doen ze, wat kunnen ze?
- Leg verbinding tussen leden en alumni, bijvoorbeeld door alumni werkzaam in een bepaalde sector in contact te brengen met mensen die een baan zoeken in een bepaalde sector.
- Breid de vragenlijst bij de uitschrijving uit met vragen over wat alumni in de toekomst van DeBroekriem verwachten of wat ze willen blijven bijdragen. In geld of in diensten zoals het delen van ervaringen of specifieke expertise.

Inspire

- DeBroekriem is nu erg decentraal en de events en activiteiten worden erg pop-up georganiseerd. Houd een database bij van alle activiteiten die georganiseerd zijn, en geef vrijwilligers toegang. Op die manier kan kennis beter gedeeld worden.
- Bouw aan een DeBroekriem filosofie. Zorg er voor dat het gedachtegoed van DeBroekriem niet iets van Pieter alleen is, maar een verhaal opgebouwd met de ervaring van vele jaren en vele vrijwilligers.
- Laat mensen zien dat de betrokkenheid bij DeBroekriem niet stopt als je een baan vindt.

“Social, engage, inform & inspire: DeBroekriem is een filosofie van ons allemaal. Met dat verhaal als bretels hebben alumni geen broekriem meer nodig. En dat publiceren we als onze eigen ‘EasyCratie’.”

- Pieter als engager, informer, inspirator en filosoof.

Subgroep 5: Overheden, bedrijven en andere externe organisaties

Een klein deel van de inkomsten van DeBroekriem is afkomstig van gemeenten. Gemeenten richten zich voornamelijk op mensen die langer dan drie jaar werkloos zijn. Samenwerking met organisaties als het UWV en bedrijven is nu lastig. Vragen die hier spelen zijn: hoe DeBroekriem de kracht van haar community overbrengen op het bedrijfsleven/de overheid? En op welke manier kunnen bedrijven/de overheid gestimuleerd worden om (financieel) bij te dragen aan DeBroekriem?

Idee: Ga op zoek naar wat DeBroekriem organisaties te bieden heeft

Samenwerken met organisaties is kansrijk als DeBroekriem aansluit bij de doelen van die organisaties. Twee voorbeelden van de overheid en een commerciële organisatie:

Overheden

- Veel lokale overheden zoeken oplossingen voor (jeugd)werkloosheid.
- DeBroekriem heeft een aantoonbaar grote doorstromingsnelheid naar een nieuwe baan. Een investering in DeBroekriem houdt mensen uit de bijstand.
- Naast de positieve bestuurlijke effecten voor de positie van de wethouder levert samenwerking met DeBroekriem op langere termijn een kostenbesparing voor de gemeente.
- In ruil kunnen gemeenten een financiële vergoeding bieden of ruimten beschikbaar stellen.

Commerciële organisaties

- Commerciële organisaties kunnen op zoek zijn naar goede sociale exposure.
- DeBroekriem heeft een goede naam, en kan door de naam te lenen aan een organisatie bijdrage aan de sociale doelen van deze organisaties.
- In ruil daarvoor vraagt DeBroekriem een relatief kleine financiële vergoeding.
- Daarnaast kan DeBroekriem een vangnet vormen voor de medewerkers van de organisatie is in een outplacementtraject zitten.
- Deze organisaties kunnen DeBroekriem een groot netwerk bieden, of kosteloos gebruikmaking van de locaties van deze bedrijven.

“Vervelend, iedereen ziet ons als graaibankiers, en nu moeten we alweer mensen ontslaan. We moeten laten zien dat we best aardig zijn, we hebben een partner nodig die een goed imago heeft, het liefst een club die iets doet voor onze boventallige medewerkers.”

- Diederik-Jan, Chief Director Ethics Officer van GlazenGevel B.V., over outplacement.

Conclusie

Uit het bovenstaande blijkt dat er genoeg mogelijkheden zijn om de community binnen DeBroekriem te versterken. Elke subgroep vraagt om een eigen aanpak, maar er zijn ook genoeg manieren om de subgroepen onderling meer een eenheid te laten vormen. Gemeene deler van de subgroepen is DeBroekriem zelf. De kern van veel aangedragen ideeën blijkt dan ook te zijn dat het verhaal van DeBroekriem beter gedeeld kan worden. Zowel met potentiële leden, huidige leden, vrijwilliger, alumni en externe organisaties.

Deel het verhaal van DeBroekriem

DeBroekriem is veel meer dan een groepje werkzoekenden. Het is een beweging met een eigen verhaal. Een verhaal dat niet alleen relevant is voor werkzoekenden maar ook voor potentiële leden, oud-leden en organisaties. Zet ambassadeurs in om te zorgen dat het juiste verhaal bij de juiste doelgroep terecht komt. Deel daarnaast het juiste verhaal met alumni, laat hen weten hoe zij een rol kunnen spelen in het verhaal van DeBroekriem.

Deel het succes van DeBroekriem met deelnemers, vrijwilligers en alumni

Om te kunnen groeien zal DeBroekriem verantwoordelijkheden en taken moeten spreiden. Laat vrijwilligers niet alleen evenementen organiseren maar laat ze hun eigen talent ontwikkelen. Geef ze ook meer verantwoordelijkheid, bijvoorbeeld door per regio een leidinggevende vrijwilliger aan te stellen. Door vrijwilligers op deze manier deel te laten nemen in de organisatie van DeBroekriem, delen zij ook in het succes van DeBroekriem. De verwachting is dat betrokken leden na hun lidmaatschap ook sneller bereid (financieel) bij te blijven dragen aan DeBroekriem. Maak duidelijk welke bijdrage, geld of diensten, verwacht worden en wat DeBroekriem met deze bijdrage doet.

Deel het succes van DeBroekriem met de buitenwereld

De doelen van DeBroekriem sluiten goed aan bij de doelen van organisaties in de buitenwereld. Ga op zoek naar datgene wat DeBroekriem kan bijdragen aan het werkloosheidsbeleid van de gemeenten, in ruil voor financiële steun. Of biedt commerciële organisaties de mogelijkheid gebruik te maken van DeBroekriem te ondersteunen om zo hun social return te halen.

Vervolg van de DKC

Mocht u meer willen weten over de gepresenteerde ideeën of het programma van de dag, neem dan contact op met Denkkracht Utrecht (contact@denkkrachtutrecht.nl).

Benieuwd naar de mogelijkheden voor uw organisatie? Neem contact op met stichting Denkkracht Utrecht via contact@denkkrachtutrecht.nl of kijk op www.denkkrachtutrecht.nl.