Ruimte voor nieuwe fietsers

EINDRAPPORT

Onderzoek naar de instroom en het behoud van vrouwen en mensen onder de 45 als vrijwilliger bij de Fietsersbond

Opdrachtgever: Fietsersbond

Uitvoering: Labyrinth Onderzoek & Advies

7 oktober 2026

Huzeyfe Alptekin Erten

Tessi Nobbe

Samenvatting

Vrouwen en mensen onder de 45 zijn minder vaak actief als vrijwilliger bij de Fietsersbond. Dit onderzoek laat zien welke drempels zij ervaren en wat de organisatie kan doen om de instroom en het behoud te versterken. De hoofdopgave is om belangstelling voor fietsen te verbinden aan een concrete, passende bijdrage en een goede ervaring na de start.

Hoofdantwoord

De gesprekken wijzen niet vooral op een gebrek aan betrokkenheid. Mensen weten vaak onvoldoende wat zij kunnen doen, hoeveel tijd dat kost en hoe zij kunnen beginnen. Een positief beeld van de doelen van de Fietsersbond leidt daardoor niet vanzelf tot vrijwilligerswerk. De route naar vrijwillige inzet bestaat uit vier samenhangende onderdelen: zichtbaarheid, passendheid, toegang en behoud. Het aanbod moet concreet zijn, de eerste stap toegankelijk en persoonlijk, en de ervaring na de start moet aansluiten bij wat vooraf is beloofd.

Een gedeeld patroon met verschillende accenten

Voor vrouwen en mensen onder de 45 zien we grotendeels dezelfde drempels. Vaak is onvoldoende duidelijk welke activiteiten of rollen er zijn, hoeveel tijd die vragen en hoe iemand kan aansluiten. Alleen meer mensen bereiken is daarom niet genoeg: het aanbod, de route naar binnen en de ervaring na de start moeten op elkaar aansluiten.

Mensen onder de 45 hechten relatief veel belang aan vormen van inzet die goed te combineren zijn met hun werk, studie, gezin en andere verplichtingen. Afgebakende activiteiten en mogelijkheden om kennis, ervaring of contacten op te doen kunnen daarbij helpen. Dit betekent niet dat zij zich alleen kortdurend willen inzetten; vooral duidelijkheid vooraf is belangrijk.

In de gesprekken met vrouwen ligt meer nadruk op persoonlijke toegang, herkenning, een goede ontvangst en serieus genomen worden. Zichtbare voorbeelden van vrouwen in foto's, ervaringsverhalen en verschillende vrijwilligersrollen kunnen de herkenning vergroten en laten zien dat vrouwen op verschillende manieren binnen de Fietsersbond actief zijn. Dit werkt alleen als zij na aanmelding ook ruimte krijgen voor eigen ideeën en invloed. Deze accenten zijn echter geen vaste kenmerken van de groepen; vraag steeds wat bij de persoon past.

Wat vraagt dit van de Fietsersbond?

Combineer concrete werving met een haalbare lokale start. Bied kleine bijdragen naast projecten en vaste rollen aan, organiseer de opvolging van aanmeldingen en benut de kennis van ervaren vrijwilligers. Het landelijk bureau ondersteunt dit met duidelijke communicatie, bruikbaar materiaal, kennisdeling en hulp aan afdelingen. Dit rapport richt zich op de rol van beleid, vrijwilligersondersteuning en communicatie; de afzonderlijke vrijwilligerstoolkit vertaalt de bevindingen naar praktische tips voor lokale vrijwilligers en afdelingen.

Hoe de resultaten moeten worden gelezen

Het onderzoek omvat drie focusgroepen en vier individuele ledeninterviews, aangevuld met deskresearch, de CSS Benchmark en het eerste Fietscafé. De vier geïnterviewde leden waren allemaal onder de 45 en vrouw of non-binair. Leeftijd en gender zijn binnen deze interviews dus niet afzonderlijk te vergelijken. De bevindingen beschrijven kwalitatieve patronen en verschillen in accent; zij geven niet aan hoe vaak ervaringen onder alle vrouwen of mensen onder de 45 voorkomen.

Aanbevelingen voor het landelijk bureau

Maak de stap van interesse naar meedoen concreet en zorg dat de lokale praktijk aansluit bij de werving. De aanbevelingen hieronder richten zich op wat de landelijke organisatie hiervoor kan doen.

Beleid en vrijwilligersondersteuning

1 Maak kleine bijdragen naast vaste rollen mogelijk

Werk met afdelingen enkele herkenbare instapmogelijkheden uit: eenmalig helpen bij een activiteit, een routecheck doen, een kort onderzoek uitvoeren of bijdragen aan een project. Bied daarnaast terugkerende en bestuurlijke rollen aan. Leg per bijdrage taak, tijd, eindpunt, begeleiding en beslisruimte vast. Actief meedoen hoeft niet met een bestuursfunctie te beginnen.

Trekker: Beleid en Team Vrijwilligers, met afdelingen. Resultaat: een beperkt en herkenbaar aanbod dat direct in oproepen kan worden gebruikt.

2 Maak de opvolging van aanmeldingen duidelijk

Spreek af wie een aanmelding ontvangt, wie persoonlijk contact opneemt en wie vervangt bij afwezigheid. Geef landelijke aanmeldingen gericht door en controleer of lokaal contact is gelegd. Sluit aan bij het bestaande inwerkproces: kennismaken, een ervaren begeleider koppelen en samen een eerste activiteit kiezen. Is lokaal nog geen passende plek, bespreek dan een alternatief.

Trekker: Team Vrijwilligers en lokale contactpersonen. Resultaat: één herkenbare aanmeldroute met een duidelijke volgende stap.

3 Help afdelingen bij begeleiding en samenwerking

Ondersteun afdelingen gericht wanneer opvolging, begeleiding of ruimte voor nieuwe ideeën lastig is. Sluit aan op het bestaande inwerkhandboek en kies samen één concrete oplossing, bijvoorbeeld een ervaren begeleider, heldere werkafspraken of een korte training. Bespreek ook waarom mensen niet starten of stoppen.

Trekker: Team Vrijwilligers. Resultaat: ondersteuning die past bij het concrete knelpunt en de capaciteit van de afdeling.

4 Breng de toolkit en kennis bij alle afdelingen

Bundel de vrijwilligerstoolkit, voorbeeldvacatures, het inwerkhandboek en relevante kennisbankpagina's op één vindbare plek op VrijwilligersNet. Gebruik de Ledenraad, korte online of kantoorsessies en bestaande vrijwilligerscommunicatie om het materiaal ook bij afdelingscontactpersonen te krijgen die niet deelnemen.

Trekker: Team Vrijwilligers, met communicatie en beleid. Resultaat: één vindbare set hulpmiddelen voor alle afdelingen.

Aanbevelingen voor communicatie

Verbind zichtbaarheid steeds aan een concrete mogelijkheid om bij te dragen. Een algemene oproep om vrijwilliger te worden biedt weinig houvast als niet duidelijk is wat iemand daarna kan doen.

5 Maak het aanbod op de website concreet en actueel

Laat op de landelijke vrijwilligerspagina en lokale pagina's zien welke activiteiten, projecten en rollen beschikbaar zijn. Vermeld per oproep taak, plaats, moment, tijdsinvestering, looptijd, begeleiding, eigen inbreng en contactpersoon. Koppel relevante artikelen op Fietsersbond.nl rechtstreeks aan passend aanbod en spreek af wie verlopen oproepen bijwerkt.

Trekker: Communicatie en webredactie, met Team Vrijwilligers en afdelingen. Resultaat: actueel aanbod met een duidelijke startstap.

6 Laat verschillende mensen en bijdragen zien

Gebruik echte foto's van vrouwen en mensen onder de 45 in uiteenlopende rollen: inhoudelijk, technisch, uitvoerend en bestuurlijk. Zet bij het beeld wat de activiteit is en wat iemand bijdraagt. Voeg waar passend een kort persoonlijk verhaal of een quote toe en maak geschikte voorbeelden vindbaar voor afdelingen.

Trekker: Communicatie. Resultaat: bruikbaar beeldmateriaal met duidelijke onderschriften en korte verhalen.

7 Koppel fietsthema's en kanalen aan meedoen

Plaats bij relevante artikelen, nieuwsbrieven, sociale berichten en evenementen een concrete uitnodiging om mee te doen. Koppel een fietsthema bijvoorbeeld aan een routecheck of lokale inventarisatie. Help afdelingen passende buurt-, school-, werk- en opleidingsnetwerken te bereiken en laat iedere link uitkomen bij actueel aanbod en een bereikbare contactpersoon.

Trekker: Communicatie en Team Vrijwilligers, met afdelingen. Resultaat: gerichte uitnodigingen die naar een passende activiteit leiden.

Voorwaarde voor uitvoering: begin bij het aanbod en de ontvangst

Maak eerst met een afdeling duidelijk welke bijdragen mogelijk zijn en wie een nieuwe vrijwilliger ontvangt. Gebruik die informatie daarna in vacature, website en persoonlijke uitnodiging. Zo sluiten communicatie en lokale praktijk op elkaar aan.

> **Relatie met de vrijwilligerstoolkit**
>
> De afzonderlijke vrijwilligerstoolkit vertaalt de onderzoeksbevindingen naar direct bruikbare tips en formats voor lokale vrijwilligers en afdelingen, geordend rond werving, aan de slag gaan en behoud.

Inhoud

Samenvatting **2**

Aanbevelingen voor het landelijk bureau **3**

Aanbevelingen voor communicatie **4**

1 Inleiding **6**

1.1 Aanleiding 6

1.2 Doel en onderzoeksvragen 6

1.3 Van analyse naar toepassing 6

2 Methode **7**

2.1 Onderzoeksopzet en deelnemers 7

2.2 Uitvoering en gevolgen voor de vergelijking 7

2.3 Analyse 7

2.4 Aanvullende bronnen 8

2.5 Kwaliteitsbeperkingen 8

3 Deskresearch en analytisch kader **10**

3.1 Vrijwilligerswerk moet passen 10

3.2 Van werving naar behoud 10

3.3 Mensen onder de 45: verschillen naar levensfase 11

3.4 Vrouwen: van bereidheid naar herkenning en invloed 11

3.5 Van betrokkenheid naar actieve inzet 12

4 Analyse: van betrokkenheid naar duurzame inzet **13**

4.1 Betrokkenheid wordt niet vanzelf een concrete rol 13

4.2 Passende inzet vraagt gestructureerde flexibiliteit 14

4.3 Een persoonlijke en toegankelijke eerste stap 15

4.4 Blijven vraagt invloed, samenwerking en resultaat 16

4.5 Gedeeld patroon, verschillende accenten 16

4.6 Beantwoording van de centrale vraag 17

5 Bronnen **18**

Over Labyrinth **18**

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

De Fietsersbond zet zich in voor veilig, comfortabel en toegankelijk fietsen. De organisatie steunt daarbij op een omvangrijke achterban en een netwerk van vrijwilligers. De samenstelling van dat vrijwilligersnetwerk weerspiegelt de breedte van fietsers in Nederland echter onvoldoende. Met name vrouwen en mensen onder de 45 zijn minder vaak actief als vrijwilliger.

Deze ondervertegenwoordiging roept twee vragen op. Waarom zetten vrouwen en jongere mensen hun betrokkenheid bij fietsen niet om in vrijwilligerswerk bij de Fietsersbond? En wat kan de organisatie veranderen om hen niet alleen te bereiken, maar ook duurzaam te betrekken?

Labyrinth Onderzoek & Advies onderzocht deze vragen vanuit verschillende perspectieven: leden en niet-leden, mensen onder de 45, vrouwen en huidige vrijwilligers van de Fietsersbond. Drie geplande focusgroepen konden als groepsgesprek worden uitgevoerd. Voor de leden waren onvoldoende deelnemers beschikbaar voor twee afzonderlijke focusgroepen, daarom zijn vier individuele interviews gehouden. Deze geïnterviewde leden waren onder de 45 en vrouw of non-binair. De ledeninterviews geven daardoor inzicht in de combinatie van leeftijd en gender, maar maken het niet mogelijk beide afzonderlijk te vergelijken.

1.2 Doel en onderzoeksvragen

Het onderzoek heeft als doel inzicht te geven in factoren die de instroom en het behoud van vrouwen en mensen onder de 45 beïnvloeden. De resultaten bieden aanknopingspunten voor vrijwilligersrollen, communicatie, werving, lokale ontvangst en organisatiecultuur.

- Welke motivaties hebben vrouwen en mensen onder de 45 om vrijwilligerswerk te doen?
- Welke praktische, inhoudelijke en sociale drempels ervaren zij?
- Welk beeld hebben zij van de Fietsersbond en haar vrijwilligers?
- Welke vormen van inzet, communicatie en begeleiding spreken hen aan?
- Welke factoren zien huidige vrijwilligers als kans of risico voor instroom en behoud?

1.3 Van analyse naar toepassing

De rapportage combineert deskresearch, kwalitatieve gesprekken, de CSS Benchmark en het eerste Fietscafé voor jonge fietsers. De samenvatting en aanbevelingen voor het landelijk bureau staan vooraan; de volgende hoofdstukken lichten de onderzoeksopzet, het analytisch kader en de bevindingen toe. Praktische tips en formats voor lokale vrijwilligers staan in de afzonderlijke vrijwilligerstoolkit.

2 Methode

2.1 Onderzoeksopzet en deelnemers

Het onderzoek brengt verschillende perspectieven op de instroom en het behoud van vrijwilligers samen. In de oorspronkelijke opzet waren vijf focusgroepen voorzien: met leden onder de 45 die geen vrijwilliger zijn, vrouwelijke leden die geen vrijwilliger zijn, niet-leden onder de 45, vrouwelijke niet-leden en huidige vrijwilligers van de Fietsersbond.

In de praktijk zijn **drie focusgroepen en vier individuele interviews** uitgevoerd. De focusgroepen vonden plaats met:

- niet-leden onder de 45;
- vrouwelijke niet-leden;
- huidige vrijwilligers van de Fietsersbond.

Voor de twee geplande focusgroepen met leden waren onvoldoende deelnemers beschikbaar. Daarom zijn vier leden individueel geïnterviewd. Zij waren nog niet actief als vrijwilliger en waren allemaal onder de 45 en vrouw of non-binair.

In alle gesprekken kwamen dezelfde kernonderwerpen aan bod: de betekenis van fietsen, ervaringen met vrijwilligerswerk, motivaties en drempels, het beeld van de Fietsersbond, aantrekkelijke vormen van inzet, werving, begeleiding en de cultuur binnen groepen en de organisatie. Waar relevant is doorgevraagd op leeftijd, gender, lidmaatschap en eerdere vrijwilligerservaring.

2.2 Uitvoering en gevolgen voor de vergelijking

Door de aangepaste uitvoering wijkt de uiteindelijke vergelijking af van de oorspronkelijke onderzoeksopzet. Omdat alle geïnterviewde leden zowel onder de 45 als vrouw of non-binair waren, kunnen we binnen deze interviews niet onderscheiden welke ervaringen vooral samenhangen met leeftijd en welke met gender.

In de analyse onderscheiden we daarom vier perspectieven: **jongere vrouwelijke/non-binaire leden, niet-leden onder de 45, vrouwelijke niet-leden en huidige Fietsersbond-vrijwilligers**. De ledeninterviews geven vooral inzicht in de combinatie van leeftijd, gender en lidmaatschap. Leeftijd en gender zijn alleen afzonderlijk in de analyse betrokken wanneer deelnemers zelf een verband legden met hun ervaringen.

De focusgroepen en ledeninterviews vonden plaats tussen juni en augustus 2026. Alle deelnemers zijn vooraf geïnformeerd over het doel van het onderzoek, de opname en verwerking van het gesprek, anonimiteit en vrijwillige deelname.

2.3 Analyse

De interviews en focusgroepen zijn thematisch geanalyseerd. De topiclijst en deskresearch vormden het vertrekpunt voor de analyse; daarnaast was er ruimte voor thema's die tijdens het coderen uit de gesprekken naar voren kwamen.

De analyse verliep in drie stappen. Eerst brachten we per groep de belangrijkste patronen in kaart. Vervolgens vergeleken we overeenkomsten en verschillen tussen de vier perspectieven. Tot slot brachten we deze bevindingen samen in mechanismen die helpen verklaren hoe betrokkenheid bij fietsen wel of niet leidt tot instroom en behoud als vrijwilliger.

Codeaantallen zijn gebruikt om patronen terug te vinden en te controleren, maar niet om uitspraken te doen over hoe vaak een bepaalde ervaring binnen een doelgroep voorkomt.

2.4 Aanvullende bronnen

Naast de interviews en focusgroepen gebruikten we drie aanvullende bronnen: de deskresearch, de CSS Benchmark 2025 en het verslag van het eerste Fietscafé voor jonge fietsers.

De deskresearch bood theoretische inzichten over motivatie, werving, begeleiding en behoud van vrijwilligers. Deze inzichten zijn gebruikt om de bevindingen uit de gesprekken te duiden, niet om vooraf te bepalen welke patronen we zouden vinden.

Het Fietscafé bood een aanvullend praktijkvoorbeeld van de betrokkenheid van jonge fietsers. Twaalf jonge fietsers gingen tijdens deze bijeenkomst met elkaar in gesprek over thema's als vrijheid, duurzaamheid, ruimte, veiligheid en gedrag. De deelnemers waren relatief vaak al betrokken bij de Fietsersbond, theoretisch geschoold en woonachtig in de Randstad. Het Fietscafé is daarom gebruikt als aanvullende context en niet als representatieve toets van de bevindingen.

De CSS Benchmark biedt informatie over de loyaliteit van structurele donateurs en leden aan de Fietsersbond. De score meet echter niet de bereidheid om vrijwilliger te worden. De benchmark kan de bevindingen uit de gesprekken daarom in context plaatsen, maar niet rechtstreeks bevestigen.

Belangrijk onderscheid

De CSS zegt iets over de bereidheid om de Fietsersbond als supporter te blijven steunen. Dit onderzoek gaat over de stap naar actieve inzet als vrijwilliger. Een hoge loyaliteit betekent daarom niet automatisch dat mensen vrijwilliger willen of zullen worden.

2.5 Kwaliteitsbeperkingen

Bij de interpretatie van de resultaten zijn enkele beperkingen van belang. Ten eerste wijkt de uitvoering af van de oorspronkelijke opzet van vijf focusgroepen. De combinatie van individuele interviews en focusgroepen maakt een directe vergelijking tussen alle groepen minder goed mogelijk.

Ten tweede overlappen leeftijd en gender volledig in de ledeninterviews. Ook binnen de twee groepen met niet-leden is enige overlap tussen leeftijd en gender mogelijk. We kunnen daarom niet vaststellen of een ervaring uitsluitend samenhangt met leeftijd of gender. De resultaten laten kwalitatieve patronen en verschillen in accent zien en geen statistische verschillen tussen groepen.

3 Deskresearch en analytisch kader

Rol van de deskresearch

De deskresearch geeft richting aan de analyse van de gesprekken. Uit eerder onderzoek halen we inzichten over wat mensen motiveert om vrijwilligerswerk te doen, welke drempels zij ervaren en wat eraan bijdraagt dat vrijwilligers actief blijven. Deze inzichten gebruiken we als kader om de gesprekken te analyseren. Tegelijk blijft er ruimte voor ervaringen en thema's die vanuit de deelnemers zelf naar voren komen.

3.1 Vrijwilligerswerk moet passen

Mensen doen vrijwilligerswerk om verschillende redenen. Clary et al. (1998) onderscheiden onder meer het bijdragen aan iets wat iemand belangrijk vindt, nieuwe dingen leren, andere mensen ontmoeten, werkervaring opdoen en persoonlijke ontwikkeling. Dezelfde vrijwilligersrol kan daardoor voor verschillende mensen iets anders aantrekkelijk maken. Voor de één staat verkeersveiligheid centraal, voor een ander ontmoeting, nieuwe vaardigheden, een lokaal netwerk of de mogelijkheid om invloed uit te oefenen.

De Nederlandse bewerking van de Volunteer Functions Inventory van Niebuur et al. (2019) laat zien dat deze motieven ook bij niet-vrijwilligers kunnen worden onderzocht. Dat is voor dit onderzoek relevant. Dat iemand geen vrijwilliger is bij de Fietsersbond, betekent immers niet dat diegene niet maatschappelijk betrokken is of zich niet zou willen inzetten.

De vraag is daarom niet alleen waarom mensen geen vrijwilliger worden, maar vooral wat nodig is om vrijwillige inzet voor hen aantrekkelijk en haalbaar te maken. Daarbij gaat het om de combinatie van het onderwerp, de concrete taak, de tijd die de inzet vraagt en wat iemand ervoor terugkrijgt in bijvoorbeeld resultaat, ervaring, contacten of invloed.

Een algemene oproep als *'word vrijwilliger'* zal daarom waarschijnlijk minder aanspreken dan een concrete uitnodiging waarin duidelijk wordt wat iemand kan doen, waarom dat ertoe doet, hoeveel tijd het kost en wat de inzet kan opleveren.

3.2 Van werving naar behoud

Vrijwilligers werven is maar één deel van de opgave. Uit recent onderzoek blijkt dat ook de ervaringen na de eerste aanmelding belangrijk zijn voor de vraag of iemand actief blijft. De meta-analyse van Forner et al. (2024) wijst onder meer op het belang van tevredenheid, goede communicatie en ondersteuning, de relatie met coördinatoren, mogelijkheden om te leren en het gevoel zinvol bij te dragen.

Ook de *Inspiratiewaaier Inclusiever Vrijwilligerswerk* van Movisie benadrukt dat het beschrijven van vrijwilligersrollen, werving, begeleiding, basisvoorwaarden, waardering en beëindiging met elkaar samenhangen. Een goede wervingsboodschap is dus niet voldoende als iemand daarna moeilijk aansluiting vindt of onvoldoende ruimte ervaart om daadwerkelijk bij te dragen.

Op basis van deze inzichten kijken we in de analyse naar vier onderdelen van de route naar vrijwilligerswerk:

- **Zichtbaarheid:** is duidelijk welke mogelijkheden er zijn om bij te dragen?
- **Passendheid:** is duidelijk wat iemand gaat doen, hoeveel tijd dat vraagt en wat de inzet kan opleveren?
- **Toegang:** is het makkelijk en uitnodigend om de eerste stap te zetten?

- **Behoud:** ervaart iemand na de start voldoende ondersteuning, samenwerking, invloed en resultaat?

Deze vier onderdelen vormen het analytisch kader voor de gesprekken. Ze helpen om niet alleen te kijken naar de vraag óf mensen vrijwilliger willen worden, maar ook naar de verschillende stappen tussen betrokkenheid, daadwerkelijk beginnen en actief blijven.

3.3 Mensen onder de 45: verschillen naar levensfase

De groep mensen onder de 45 is divers. Het gaat bijvoorbeeld om studenten, starters, werkenden en jonge ouders, met uiteenlopende agenda's en verplichtingen. De deskresearch wijst er daarom op dat niet alleen leeftijd, maar vooral ook levensfase en persoonlijke situatie van belang zijn.

Tijd, plezier, ontmoeting, ontwikkeling en persoonlijke aandacht kunnen allemaal een rol spelen bij de keuze voor vrijwilligerswerk. Wat passend is, verschilt echter per persoon. De één wil zich graag inzetten voor een eenmalige activiteit, terwijl een ander juist behoefte heeft aan een terugkerende taak met duidelijke afspraken.

Het bereiken van mensen onder de 45 vraagt daarom mogelijk om meer dan andere communicatiekanalen of jonger beeldmateriaal. Ook de inhoud van de taak, de tijdsinvestering, de duur van de inzet, de sociale omgeving en de ruimte om invloed uit te oefenen kunnen van belang zijn. Korte projecten, evenementen, online bijdragen en mogelijkheden om kennis, ervaring of contacten op te doen zijn voorbeelden van vormen die kunnen aansluiten. In de gesprekken onderzoeken we in hoeverre dit overeenkomt met de ervaringen en wensen van deelnemers.

3.4 Vrouwen: van bereidheid naar herkenning en invloed

De deskresearch geeft geen aanleiding om te veronderstellen dat vrouwen in het algemeen minder bereid zijn om vrijwilligerswerk te doen. Wel zijn mannen en vrouwen verschillend vertegenwoordigd in typen organisaties en vrijwilligersrollen. Voor de Fietsersbond is het daarom relevant om te kijken naar hoe vrouwen de organisatie ervaren en hoe toegankelijk vrijwilligerswerk binnen de organisatie voor hen is.

Een organisatie kan in principe openstaan voor iedereen, terwijl de zichtbare samenstelling van de groep, de manier van vergaderen of het gebruik van technische en bestuurlijke taal toch invloed kan hebben op de vraag of iemand zich aangesproken en welkom voelt. Daarom kijken we niet alleen naar de zichtbaarheid van vrouwen binnen de Fietsersbond, maar ook naar de ontvangst van nieuwkomers, de waardering van verschillende soorten kennis en ervaring en de ruimte om mee te denken en invloed uit te oefenen.

Daarmee ligt de aandacht niet bij de vraag of vrouwen behoefte hebben aan andere soorten vrijwilligerswerk, maar bij de manier waarop zij de weg naar vrijwilligerswerk vinden, hoe zij worden ontvangen en welke plek zij vervolgens binnen de organisatie kunnen innemen.

3.5 Van betrokkenheid naar actieve inzet

Twee aanvullende bronnen uit de Fietsersbondcontext – de CSS Benchmark 2025 en het eerste Fietscafé voor jonge fietsers – geven aanleiding om onderscheid te maken tussen betrokken zijn bij de Fietsersbond en actief worden als vrijwilliger.

De CSS Benchmark 2025 laat zien dat de bestaande achterban loyaal is. De totale CSS bedraagt 85, tegenover 78 in de benchmark. Leden onder de 45, van 45 tot 65 en boven de 65 scoren alle drie 87. Er zijn in deze cijfers dus geen aanwijzingen dat jongere leden minder geneigd zijn de organisatie te blijven steunen. De CSS meet echter loyaliteit als supporter en niet de bereidheid om vrijwilliger te worden. De cijfers kunnen daarom niet verklaren waarom mensen wel of niet de stap naar vrijwilligerswerk zetten.

Ook het eerste Fietscafé laat zien dat betrokkenheid bij fietsthema's niet vanzelfsprekend ontbreekt. Twaalf jonge fietsers gingen tijdens deze bijeenkomst met elkaar in gesprek over onder meer vrijheid, duurzaamheid, ruimte, veiligheid en gedrag. De deelnemers vormden een selectieve groep en waren relatief vaak al betrokken bij de Fietsersbond, theoretisch geschoold en woonachtig in de Randstad. Het Fietscafé kan daarom niet worden gezien als representatief voor alle jonge fietsers, maar biedt wel een praktijkvoorbeeld van een sociale en inhoudelijke vorm waarin jonge fietsers actief deelnemen.

Samen geven deze bronnen aanleiding om in de gesprekken vooral te onderzoeken wat er gebeurt tussen betrokkenheid en daadwerkelijke vrijwillige inzet. Niet alleen de vraag *'willen mensen zich inzetten?'* is daarbij van belang, maar ook: weten zij wat ze kunnen doen, past die inzet in hun leven, weten zij hoe ze kunnen beginnen en sluit de ervaring daarna aan bij hun verwachtingen?

4 Analyse: van betrokkenheid naar duurzame inzet

De gesprekken laten een duidelijke hoofdlijn zien: betrokkenheid bij fietsen en maatschappelijke doelen leidt niet vanzelf tot vrijwillige inzet bij de Fietsersbond. Tussen interesse en actief vrijwilligerswerk liggen verschillende drempels. We ordenen de bevindingen aan de hand van de vier onderdelen uit het analytisch kader: **zichtbaarheid, passendheid, toegang en behoud**.

Deze onderdelen hangen met elkaar samen. Mensen moeten eerst weten welke bijdrage zij kunnen leveren. Vervolgens moet die bijdrage passen bij hun mogelijkheden en verwachtingen, moet de stap naar de organisatie toegankelijk zijn en moet de ervaring na de start voldoende positief zijn om betrokken te blijven.

4.1 Betrokkenheid wordt niet vanzelf een concrete rol

De gesprekken geven geen aanwijzing dat een gebrek aan betrokkenheid bij fietsen of maatschappelijke thema's de belangrijkste drempel vormt. Deelnemers verbinden fietsen onder meer aan vrijheid, dagelijks vervoer, gezondheid, duurzaamheid, veiligheid en toegankelijkheid. Ook het beeld van de inhoudelijke doelen van de Fietsersbond is overwegend positief. Dit sluit aan bij de CSS Benchmark, waarin jongere leden niet minder loyaal zijn aan de organisatie dan oudere leden. Zoals in hoofdstuk 3 beschreven, zegt deze score echter niets over de bereidheid om vrijwilliger te worden.

De gesprekken laten daarnaast zien dat mensen verschillende redenen hebben om zich vrijwillig in te zetten. Maatschappelijke betekenis, anderen helpen, lokale invloed en zichtbaar resultaat komen in meerdere gesprekken terug. Ook persoonlijke opbrengsten spelen een rol, zoals sociale contacten, nieuwe kennis, ervaring, plezier en persoonlijke vervulling. In de gesprekken met mensen onder de 45 ligt relatief veel nadruk op leren, ervaring, netwerk en concrete activiteiten. In de gesprekken met vrouwen komen daarnaast wederkerigheid, sociale verbinding, respect en invloed naar voren. Huidige vrijwilligers verbinden hun inzet vooral aan idealisme, lokale impact en continuïteit.

De ontbrekende schakel is vaak het concrete aanbod. Zelfs leden weten niet altijd welke taken er zijn, wat er lokaal mogelijk is of hoe zij kunnen beginnen. Ook bij niet-leden neemt de interesse toe wanneer concrete voorbeelden worden genoemd, zoals fietsles geven, een routecheck uitvoeren, schrijven, data verzamelen of meedoen aan een lokale actie. Bekendheid met de naam of missie van de Fietsersbond is dus iets anders dan weten wat je er zelf zou kunnen bijdragen.

> *"Ik wist eigenlijk niet dat vrijwilligerswerk bij de Fietsersbond zo'n ding was."*
> **Interview met een lid onder de 45, vrouw/non-binair**

Ook het eerste Fietscafé laat zien dat een concreet inhoudelijk onderwerp jonge fietsers kan aanspreken en activeren. Het laat echter niet zien dat deelnemers daarna vanzelf de stap naar vrijwilligerswerk zetten. Een inhoudelijke bijeenkomst kan een ingang naar vrijwilligerswerk worden wanneer duidelijk is welke concrete vervolgstappen iemand kan zetten en bij wie iemand daarvoor terechtkan.

Inhoudelijke thema's als ingang

De gesprekken laten zien dat een concreet fietsthema de afstand tussen algemene betrokkenheid en vrijwillige inzet kan verkleinen. Verkeersveiligheid, vrijheid, duurzaamheid, ruimte en gedrag kunnen bijvoorbeeld worden verbonden aan een routecheck, een lokale inventarisatie, een bijeenkomst of een afgebakende actie. Zo wordt niet alleen duidelijk waar de Fietsersbond voor staat, maar ook hoe iemand daar zelf aan kan bijdragen.

De gesprekken geven geen aanleiding om bepaalde fietsthema's specifiek aan vrouwen of mensen onder de 45 te koppelen. Het verschil lijkt eerder te zitten in de manier waarop vrijwilligerswerk

wordt aangeboden en toegankelijk gemaakt. Voor mensen onder de 45 ligt daarbij meer nadruk op de planbaarheid en afbakening van de inzet. In de gesprekken met vrouwen komt sterker naar voren hoe iemand binnenkomt, wordt ontvangen en ruimte krijgt om invloed uit te oefenen.

> **Kortom:** de uitdaging is niet alleen om mensen te bereiken, maar vooral om duidelijk te maken wat zij concreet kunnen bijdragen en hoe zij kunnen beginnen.

4.2 Passende inzet vraagt gestructureerde flexibiliteit

Tijd is een duidelijke drempel, vooral in combinatie met werk, studie, gezin en andere vormen van maatschappelijke inzet. Toch blijkt ‘geen tijd’ geen vast gegeven. Veel deelnemers zijn elders wel actief. Zij maken een afweging tussen wat zij belangrijk vinden, hoeveel tijd een activiteit vraagt en hoe duidelijk vooraf is waar zij zich aan verbinden.

De relevante tegenstelling is daarom niet zozeer vast tegenover flexibel, maar voorspelbaar tegenover onduidelijk. Eenmalige activiteiten, projecten van enkele weken en zelf te plannen taken kunnen de drempel verlagen. Tegelijkertijd willen sommige deelnemers juist dat duidelijk is wat minimaal van hen wordt verwacht. Volledige vrijblijvendheid kan de samenwerking immers ook lastig maken. Huidige vrijwilligers benadrukken eveneens dat een organisatie niet kan functioneren wanneer niemand zich ergens aan committeert.

> *“Liever duidelijk wat je verwacht; dan kan ik kijken of ik dat kan waarmaken.”*
> **Interview met een lid onder de 45, vrouw/non-binair**

Naast voorspelbaarheid speelt ook mee wat de inzet iemand oplevert. Deelnemers willen niet alleen weten wat hun bijdrage betekent voor het fietsdoel, maar noemen ook opbrengsten voor henzelf, zoals nieuwe kennis, ervaring, ontmoeting, een netwerk of het kunnen zien van een concreet resultaat. In de gesprekken met mensen onder de 45 komt de combinatie van planbaarheid, een duidelijk eindpunt en mogelijkheden om te leren of ervaring op te doen relatief sterk naar voren.

De behoefte is daarmee niet aan volledige vrijblijvendheid, maar aan flexibiliteit binnen duidelijke kaders: vooraf weten wat een taak inhoudt, hoeveel tijd deze vraagt en wat er wordt verwacht, met voldoende ruimte om de inzet in het eigen leven in te passen.

> **Kortom:** een passend aanbod combineert duidelijkheid met keuzevrijheid. Voor iedere rol moet vooraf helder zijn wat iemand gaat doen, welk resultaat wordt verwacht, hoeveel tijd de inzet vraagt, hoelang deze duurt, welke begeleiding beschikbaar is en hoeveel ruimte iemand heeft om zelf keuzes te maken.

4.3 Een persoonlijke en toegankelijke eerste stap

Een passende rol leidt pas tot actie wanneer mensen deze ook tegenkomen en de stap naar de organisatie gemakkelijk kunnen zetten. Deelnemers vonden ander vrijwilligerswerk bijvoorbeeld via een bekende, een lokale activiteit, een flyer, een nieuwsbrief of een gerichte oproep. De voorkeur voor kanalen verschilt. Studenten noemen bijvoorbeeld sociale media, onderwijsnetwerken en laagdrempelige activiteiten, terwijl anderen liever via een nieuwsbrief, evenement of persoonlijk gesprek worden benaderd.

Er lijkt dan ook niet één wervingskanaal te zijn dat voor iedereen werkt. Belangrijker is de combinatie van een aansprekend onderwerp, een concrete taak, een passend moment en een herkenbare

contactpersoon. Een persoonlijke uitnodiging of iemand bij wie je eenvoudig meer informatie kunt krijgen, kan de stap naar daadwerkelijk meedoen kleiner maken.

Ook het beeld dat mensen vooraf van de vrijwilligersorganisatie hebben, speelt mee in de vraag of zij de stap willen zetten. In meerdere gesprekken noemden deelnemers associaties met een relatief oudere en mannelijke vrijwilligerskern, technische of beleidsmatige onderwerpen en veel vergaderen. Dit zijn percepties uit de gesprekken en geen vaststelling dat alle Fietsersbond-afdelingen zo zijn samengesteld of werken. Voor vrouwen kan zo'n verwachting invloed hebben op de vraag of zij denken zich welkom en serieus genomen te voelen. Voor mensen onder de 45 speelt daarnaast de vraag of de manier van werken aansluit bij hun dagelijks leven en bij de manier waarop zij zich willen inzetten.

Deelnemers wijzen bestaande of oudere vrijwilligers daarbij niet af en zoeken ook niet uitsluitend mensen van dezelfde leeftijd of hetzelfde gender. Hun kennis, ervaring en lokale netwerk kunnen juist waardevol zijn voor nieuwe vrijwilligers. Wel willen nieuwkomers niet als enige verantwoordelijk worden gemaakt voor diversiteit of verandering.

> *"Ik zit met heel veel mannen, maar ik word er heel hartelijk ontvangen."*
> **Vrouwelijke niet-lid met vrijwilligerservaring elders**

Dit tegenvoorbeeld is belangrijk. De samenstelling van een groep kan invloed hebben op de verwachtingen vooraf, maar bepaalt niet hoe iemand de groep daadwerkelijk ervaart. De manier waarop een nieuwkomer wordt ontvangen en serieus wordt genomen, is minstens zo belangrijk. Alleen jongere of vrouwelijke gezichten in de communicatie laten zien is daarom niet voldoende als de ervaring na binnenkomst daar niet bij aansluit.

> **Kortom:** mensen gericht aanspreken kan helpen, maar alleen wanneer de boodschap, het vrijwilligersaanbod en de ervaring na de eerste stap bij elkaar passen. Een persoonlijke en toegankelijke route naar de lokale praktijk is daarbij belangrijk.

4.4 Blijven vraagt invloed, samenwerking en resultaat

De laatste stap gaat over wat er gebeurt nadat iemand is begonnen. Vooral deelnemers met vrijwilligerservaring elders en huidige Fietsersbond-vrijwilligers beschrijven hoe vaste routines, veel vergaderen, onduidelijke besluitvorming of beperkte ruimte voor nieuwe ideeën energie kunnen kosten. Een warme ontvangst is dan niet voldoende. Nieuwkomers moeten ook weten wat er van hen wordt verwacht, waarover zij zelf kunnen beslissen en hoe hun bijdrage onderdeel wordt van het gezamenlijke werk.

> *"Er was vaak een botsing tussen nieuwe dingen willen en alles hetzelfde willen houden. Dat kost veel energie."*
> **Huidige Fietsersbond-vrijwilliger**

De gesprekken geven geen aanleiding om de bestaande vrijwilligerskern tegenover nieuwe vrijwilligers te plaatsen. Langzittende vrijwilligers beschikken juist over waardevolle kennis, relaties en continuïteit. De uitdaging is om die kracht te combineren met voldoende flexibiliteit en openheid voor nieuwe mensen, ideeën en manieren van werken. Dat vraagt om waardering voor bestaande expertise én om ruimte voor nieuwkomers om daadwerkelijk bij te dragen. Dat kan bijvoorbeeld door kennis actief over te dragen, nieuwe vrijwilligers een duidelijke eerste taak en een vast aanspreekpunt te geven en vooraf helder te maken waar zij zelf beslissingen over kunnen nemen.

Ook terugkoppeling is belangrijk. Mensen willen weten wat er met hun bijdrage gebeurt en welk resultaat hun inzet heeft gehad. Waardering is in de gesprekken dan ook vooral menselijk en inhoudelijk: persoonlijk welkom worden geheten, serieus worden genomen, passende begeleiding krijgen en horen wat de eigen bijdrage heeft opgeleverd.

In de gesprekken met vrouwen komen daarbij respect, wederkerigheid en invloed nadrukkelijk naar voren. Mensen onder de 45 noemen daarnaast leren en ervaring. Zulke vormen van waardering kunnen bijdragen aan behoud, maar lossen een onduidelijke organisatie of gebrek aan beslisruimte niet op.

> **Kortom:** mensen blijven niet alleen omdat zij worden gewaardeerd. Ook een duidelijke rol, prettig samenwerken, ruimte om zelf beslissingen te nemen en kunnen zien wat de eigen inzet heeft opgeleverd zijn belangrijk.

4.5 Gedeeld patroon, verschillende accenten

Over de verschillende gesprekken heen zien we vooral een gedeeld patroon. Betrokkenheid bij fietsen en maatschappelijke doelen leidt niet vanzelf tot vrijwilligerswerk. De stap wordt moeilijker wanneer onvoldoende duidelijk is wat iemand kan doen en hoeveel tijd dat kost, wanneer een persoonlijke eerste stap ontbreekt of wanneer bij potentiële vrijwilligers vooraf het beeld bestaat van een afstandelijke of sterk vergadergerichte werkwijze. De ervaringen van huidige vrijwilligers laten bovendien zien dat werving alleen niet voldoende is: ook de ervaring na binnenkomst bepaalt of nieuwe vrijwilligers actief blijven.

Binnen dit gedeelde patroon zien we verschillende accenten. Voor mensen onder de 45 is vooral belangrijk dat vrijwilligerswerk in het dagelijks leven past. Taken zijn aantrekkelijker wanneer vooraf duidelijk is wat iemand gaat doen, hoeveel tijd dat kost en wanneer de inzet is afgerond. Dat betekent niet dat mensen onder de 45 zich alleen kortdurend willen inzetten. Zij willen vooral vooraf kunnen beoordelen waar zij aan toe zijn en of de inzet te combineren is met andere verplichtingen.

In de gesprekken met vrouwen ligt het accent sterker op hoe iemand binnenkomt en welke plek diegene vervolgens krijgt. Persoonlijke benadering, een prettige ontvangst, serieus genomen worden en daadwerkelijk kunnen meedenken en meebeslissen spelen daarbij een belangrijke rol.

Deze accenten zijn geen vaste kenmerken van beide groepen. Planbaarheid kan voor vrouwen net zo belangrijk zijn en mensen onder de 45 kunnen veel waarde hechten aan een persoonlijke ontvangst en invloed. De bevindingen geven daarom vooral richting aan wat de Fietsersbond in de praktijk kan uitproberen, en niet aan een vast aanbod voor iedere groep.

4.6 Beantwoording van de centrale vraag

Binnen dit onderzoek hangt de achterblijvende instroom van vrouwen en mensen onder de 45 vooral samen met de route van betrokkenheid naar concrete vrijwillige inzet. Die route werkt beter wanneer mensen weten wat zij kunnen doen, wat een rol vraagt en hoe zij kunnen beginnen, én wanneer de ervaring na binnenkomst aansluit bij wat vooraf is beloofd.

De verdere uitwerking verschilt per accent: voor mensen onder de 45 vraagt deze route vooral om planbare inzet die past bij andere verplichtingen; voor vrouwen om persoonlijke toegang, een goede ontvangst, serieus genomen worden en ruimte voor invloed.

Voor beide groepen is de doorslaggevende voorwaarde dat de praktijk na de eerste stap aansluit bij de werving: met duidelijke verwachtingen, prettig samenwerken, voldoende beslisruimte en zicht op wat de inzet oplevert.

5 Bronnen

CBS. (2026). Vrijwilligerswerk blijft op niveau van voor de coronapandemie. Nieuwsbericht, 11 juni 2026.

Clary, E. G., Snyder, M., Ridge, R. D., Copeland, J., Stukas, A. A., Haugen, J., & Miene, P. (1998). Understanding and assessing the motivations of volunteers: A functional approach. Journal of Personality and Social Psychology, 74(6), 1516–1530.

Dunck Loyalty. (2026). CSS Benchmark 2025: Fietsersbond [intern rapport].

Fietsersbond. (2026). Het eerste Fietscafé voor jonge fietsers! More to come? [intern verslag].

Fietsersbond / VrijwilligersNet. (z.d.). Vrijwilliger worden; Vrouwen van de Fietsersbond; Routeplanner; lokale afdelingen en themagroepen.

Forner, V. W., Holtrop, D., Boezeman, E. J., et al. (2024). Predictors of turnover amongst volunteers: A systematic review and meta-analysis. Journal of Organizational Behavior, 45(3), 434–458.

Groffen, D., & Schmeets, H. (2025). Vrijwilligerswerk 2024. Centraal Bureau voor de Statistiek.

Labyrinth Onderzoek & Advies (2026). Deskresearch Fietsersbond en topiclijsten [intern werkdocument].

Movisie. (2009). Motiveren is maatwerk! Beloning en motivatie voor jonge vrijwilligers.

Movisie. (2022). Inspiratiewaaier Inclusiever Vrijwilligerswerk.

Niebuur, J., Liefbroer, A. C., Steverink, N., & Smidt, N. (2019). The Dutch Comparative Scale for Assessing Volunteer Motivations among Volunteers and Non-Volunteers: An Adaptation of the Volunteer Functions Inventory. International Journal of Environmental Research and Public Health, 16(24), 5047.

Sociaal en Cultureel Planbureau. (2024). Doe je mee?! Perspectieven op ‘zinvolle’ participatie. Deelstudie MDT: perspectieven van jongeren.

Over Labyrinth

Labyrinth is het bureau voor inclusief onderzoek. Wij werken vanuit de visie: niet praten over, maar met. Onderzoek neemt in waarde toe wanneer bewoners, leden, vrijwilligers, professionals en andere betrokkenen adequaat worden benaderd en daadwerkelijk invloed krijgen op de duiding.

Labyrinth heeft ruime ervaring met kwalitatief en kwantitatief onderzoek onder groepen die in regulier onderzoek vaak onvoldoende worden bereikt. Ons diverse en meertalige team gebruikt passende werving, persoonlijke benadering en toegankelijke onderzoeksmethoden. Zo brengen we verschillende perspectieven samen en vertalen we inzichten naar handelingsmogelijkheden voor beleid en praktijk.

labyrinth onderzoek & advies