



Onderzoek naar de achterban van Bits of Freedom

"foto: © Arthur de Smidt, www.thehospages.com"

Jildou Gerritsma

2010



Onderzoek naar de achterban van Bits of Freedom

Jildou Gerritsma

Amsterdam

Januari 2011

Deelnemende instanties:

Stichting Bits of Freedom

Communicatie en Multimedia Design aan de NHL Hogeschool

In deze publieke versie van mijn onderzoek is een aantal alinea's weggelaten in verband met de interne bedrijfsvoering van Bits of Freedom en privacy van personen. Dit betreft de uitwerking van de interviews van de medewerkers van Bits of Freedom, de namen van de geïnterviewde vrijwilligers en de bijlagen, met hierin onderanderen de letterlijke interviews.

De onderdelen van dit onderzoek zijn, tenzij anders vermeld, gepubliceerd onder de Creative Commons Attribution 3.0 Unported licentie. Dit betekend dat anderen dit onderzoek mogen delen en aanpassen. Hierbij moet de naamsvermelding van de auteur vermeld zijn.

Meer informatie over deze licentie is te lezen op: <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Als auteur is het mijn wens dat, wanneer men dit onderzoek gebruikt, dit gebruikt zal worden tot verdieping in plaats van alleen tijdswinst.

- Jildou Gerritsma

Inhoud

Samenvatting	9
Aanleiding en probleemstelling	9
Kwalitatief onderzoek onder de huidige vrijwilligers	9
Kwalitatief onderzoek onder andere organisaties	9
Kwalitatief onderzoek onder de Bits of Freedom medewerkers	10
Kwantitatief onderzoek onder de achterban	10
Conclusie	11
Inleiding	12
Onderzoek	13
Historie en situatieschets	13
Aanleiding en probleemstelling	14
Belang van het onderzoek	15
Analyse onderzoeksmethoden	16
Hoofdvraag	16
Deelvragen	16
Hoofddoelstelling	17
Deeldoelstellingen	17
Hypotheses	17
Interviews vooraf	20
Doel	20
Sympathisanten	20
Bekendheid Bits of Freedom	22
Meehelpen hulpvraag	22
Positieve punten	22
Feedback	22

Tips	22
Social media	24
Twitter	25
Facebook	25
LinkedIn	26
IRC	27
Identicat	27
Delicious	28
Hyves	28
Conclusie	28
Andere vrijwilligers organisaties	29
Websites	29
Jaarverslagen	29
Interviews	29
La Quadrature du Net	30
<i>Website</i>	30
<i>Doelgroep</i>	30
<i>Donaties</i>	30
<i>Vrijwilligers</i>	31
<i>Feedback</i>	31
De 1%CLUB	32
<i>Website</i>	32
<i>Doel</i>	32
<i>Toekomst</i>	33
<i>Doelgroep</i>	33
<i>Enthousiast maken</i>	33
<i>Samenwerking</i>	33
Amnesty Nederland	35

<i>Website</i>	35
<i>Jaarverslag</i>	35
<i>Communicatie</i>	36
<i>Vrijwilligers</i>	36
<i>Donateurs</i>	36
<i>Leden en vrijwilligers</i>	37
<i>Groepen</i>	37
Doenersnet (vrijwilligersafdeling Oxfam Novib)	38
<i>Website</i>	38
<i>Doelgroep</i>	38
<i>Initiatief</i>	39
<i>Hulp</i>	39
<i>Donaties</i>	39
<i>Samenwerking</i>	39
EO Jongeren	40
<i>Website</i>	40
<i>Doelgroep</i>	41
<i>Bereik</i>	41
<i>Vrijwilligers</i>	41
<i>Jongeren</i>	41
JOVD	42
<i>Website</i>	42
<i>Doelgroep</i>	42
<i>Leden</i>	43
<i>Vrijwilligers</i>	43
Greenpeace	44
<i>Website</i>	44
<i>Doelgroep</i>	44

<i>Ludieke acties</i>	45
<i>Donateurs</i>	45
<i>Vrijwilligers</i>	45
Enquête	47
Verspreiding	48
Representatief	48
Hulp	48
Reacties	49
Locatie	49
Leeftijd	51
Vaardigheden	51
Goede doelen	52
Hulp in de toekomst	52
Waarmee helpen	52
Mailinglists	53
Contact	54
Redenen	54
Offline contact	55
Evenementen	55
Conclusie enquête	56
Hulp	56
Locatie	56
Vaardigheden	56
Mailinglists	56
Contact	56
Conclusie interviews Bits of Freedom medewerkers	58
Werk uitbesteden	58
Beweging	58

Terugkoppeling op de onderzoeksvraag	60
Hoofdvraag	60
Hoofddoelstelling	61
Advies	62
Bronnen	63

Samenvatting

Aanleiding en probleemstelling

Bits of Freedom is een kleine organisatie, maar ondanks dit feit heeft zij grote ambities. Zij heeft veel sympathisanten die zouden kunnen helpen met allerlei werkzaamheden en dit al deels doen. Bits of Freedom vermoedt dat zij op dit moment nog niet maximaal gebruikt maakt van deze sympathisanten.

Tijdens dit onderzoek zal onderzocht worden hoe Bits of Freedom er voor kan zorgen dat haar sympathisanten een maximale bijdrage leveren aan het behalen van haar doelen.

Het onderzoek zal bestaan uit een kwantitatief en een kwalitatief onderzoek onder vrijwilligers. Een kwalitatief onderzoek onder andere organisaties en een kwalitatief onderzoek onder de Bits of Freedom medewerkers.

Kwalitatief onderzoek onder de huidige vrijwilligers

Om een goede indruk te krijgen of de vragen in de enquête van toepassing zijn, en of er niet iets gemist wordt dat cruciaal is, worden er als eerste een aantal interviews gehouden met sympathisanten van Bits of Freedom.

Uit deze interviews kwam naar voren dat de vrijwilligers Bits of Freedom al langer kennen, voornamelijk via internet contact onderhouden, en Bits of Freedom volgen, en dat ze het werk dat ze doen voor Bits of Freedom als prettig ervaren.

Ook kwam er uit de interviews naar voren dat sympathisanten graag meer contact met elkaar, en met de medewerkers van Bits of Freedom, zouden hebben. Naar aanleiding van dit gegeven zijn er in de enquête vragen toegevoegd over contact.

Kwalitatief onderzoek onder andere organisaties

Om er van te leren hoe andere organisaties hun achterban mobiliseren zijn er een aantal organisaties onderzocht. Dit gedeelte van het onderzoek bestaat uit het onderzoeken van hun website, jaarverslag, en interviews met mensen van de organisaties.

De belangrijkste manier om de achterban te vergroten is mond-tot-mond reclame. Dit betekent dat de huidige vrijwilligers hun goede ervaringen doorvertellen aan hun vrienden en kennissen. Belangrijk is om goed persoonlijk contact met de huidige vrijwilligers te onderhouden en hen tevreden te houden.

Vrijwilligers helpen vaak op korte termijnen en individueel, zij geven ook aan dit als prettig te ervaren. Verschillende doelgroepen worden anders aangesproken. Zo heeft de EO een speciale jongeren afdeling, en hebben Greenpeace en Amnesty Nederland specifieke lesprogramma's voor jongeren.

Kwalitatief onderzoek onder de Bits of Freedom medewerkers

Om de huidige samenwerking met vrijwilligers ook vanuit het oogpunt van Bits of Freedom medewerkers te bekijken, wordt er een interview met hen afgenomen. In het interview is besproken hoe de huidige samenwerking met sympathisanten verloopt.

Het liefst zou de organisatie van Bits of Freedom al het werk overdragen aan de vrijwilligers, zodat zij een echte beweging is. Dit is niet realistisch doordat er altijd een bepaalde sturing moet zijn vanuit de organisatie, zodat de consistentie van de projecten blijft en er één duidelijke mening naar buiten wordt gebracht.

Op dit moment verloopt de samenwerking aan algemene onderdelen, zoals vertalen of het meelesen van stukken erg goed. Het op peil houden van het vrijwilligersbestand zou nog op verbeterd kunnen worden, net als het bedanken van vrijwilligers.

Alle Bits of Freedom medewerkers vinden dat contact met de achterban belangrijk is. Wanneer dit online gebeurt ziet zij het gevaar dat de mening van het platform afgeschilderd kan worden als de mening van Bits of Freedom, dit zou voorkomen moeten worden. Een offline samenkomst is een goed alternatief.

Kwantitatief onderzoek onder de achterban

Om meer inzicht in de huidige achterban van Bits of Freedom te krijgen is er gevraagd of de achterban van Bits of Freedom een enquête in zou willen vullen. Deze enquête is verspreid via de Bits of Freedom website, de RSS feed, Twitter, Facebook, LinkedIn en via de nieuwsbrief.

De enquête is mogelijk niet geheel representatief voor de doelgroep. Zo staan er in vergelijking meer mensen op de redactie mailinglist, maar blijkt uit de enquête dat de meeste mensen van onze achterban technische kennis hebben.

Uit de enquête blijkt dat het grootste gedeelte van de achterban in de randstad woont, van het mannelijk geslacht is en tussen de 25 en 45 jaar oud is. Mensen blijven Bits of Freedom (of Nederland in het algemeen) ook trouw wanneer zij naar het buitenland verhuizen.

Weinig mensen hebben op de enquête gereageerd via de mailinglists, terwijl ze wel hebben aangegeven Bits of Freedom graag te willen helpen. Dit betekent dat er veel hulp is, maar dat dit niet intern ergens geregistreerd staat.

Mensen vinden (meer) contact met vrijwilligers belangrijk. Dit kan zowel offline als online. Online zou een forum een goede plaats zijn, offline gaat de voorkeur uit naar een bijeenkomst waarop informatie uitgewisseld wordt. Dit kan zowel tussen vrijwilligers onderling als tussen een specialist en zijn publiek zijn.

Conclusie

Om de sympathisanten meer en beter bij de doelen van Bits of Freedom te betrekken, moet allereerst goed contact onderhouden worden. Voor het vrijwilligerswerk geldt dat Bits of Freedom vooraf een duidelijk kader moet schetsen en de vrijwilliger goed moet instrueren. Wanneer de samenwerking positief verloopt kan Bits of Freedom hierdoor veel meer werk verzetten dan wanneer zij niet met vrijwilligers samenwerkt.

Als Bits of Freedom haar achterban wil vergroten zou zij er goed aan doen om de doelgroepen aan te spreken die nu nog niet aangesproken worden, zoals jongeren en mensen buiten de Randstad. Ook het community gevoel bevorderen, zodat mensen zelf de boodschap van Bits of Freedom gaan verspreiden, zal helpen. Wanneer de achterban groeit zal Bits of Freedom de keuze hebben uit meer vrijwilligers, en een grotere verscheidenheid aan vrijwilligers. Hierdoor zal zij gevarieerder werk uit handen kunnen geven.

Inleiding

Met dit onderzoek, over de achterban van Bits of Freedom hoop ik de opleiding Communication & Multimedia Design aan de NHL Hogeschool, te Leeuwarden, te kunnen afronden. Ik heb voor dit onderwerp gekozen omdat ik persoonlijk achter de doelen van Bits of Freedom sta en hen graag wilde helpen. In overleg met Bits of Freedom is toen tot dit onderwerp besloten, omdat Bits of Freedom aangaf dat de uitkomst van dit onderzoek erg waardevol zou zijn.

In dit onderzoek wordt de huidige achterban van Bits of Freedom, en hun werkzaamheden onderzocht. Andere organisaties, die veel gebruik maken van vrijwilligers, worden onderzocht, om in kaart te brengen hoe zij hun achterban mobiliseren. Als conclusie wordt er een plan gepresenteerd aan Bits of Freedom. Met dit plan kan zij haar sympathisanten een maximale bijdrage laten leveren aan het behalen van de doelen van Bits of Freedom.

Van september tot december 2010 heb ik mijn onderzoek opgezet, voorbereid en uitgevoerd. In november 2010 heb ik mijn praktijkonderzoek uitgevoerd en de resultaten daarvan geanalyseerd. Dit document is in de tussen september en december geschreven.

Voor de vele hulp die ik help gekregen wil ik graag een paar mensen speciaal bedanken.

- Alle vrijwilligers van wie ik een interview mocht afnemen, om zo een bredere kijk in het huidige vrijwilligerswerk bij Bits of Freedom te krijgen; Thijs, David, Ewald, Reinoud, Jeroen en Monique.
- Alle personen van andere organisaties die ik mocht interviewen om zo een bredere kijk op de inzet van vrijwilligers te krijgen; Félix (La Quadrature du Net), Niels (1%CLUB), Saskia (Amnesty Nederland), Letty (Doenersnet), Allard (JOVD) en Roy (EO).
- Mijn mentor, Merel, en afstudeerdocent, Sjef, voor alle inhoudelijke feedback op zowel mijn afstuderen in het algemeen als dit onderzoek.
- Alle vrijwilligers van Bits of Freedom die de enquête hebben ingevuld, zodat ik een brede kijk op de achterban van Bits of Freedom kon krijgen.
- En natuurlijk Ot, Axel en Daphne, de werknemers van Bits of Freedom die mij veel informatie, tips en ondersteuning hebben gegeven tijdens dit onderzoek.

Onderzoek

Historie en situatieschets

Bits of Freedom is ongeveer 10 jaar geleden opgericht om digitale burgerrechten in Nederland te beschermen. Tot aan 2006 heeft zij mee gedaan aan verschillende nationale en internationale acties om de burgerrechten van Nederlanders te beschermen. Zo is er een actie geweest om de burgers er bewust van te maken hoe veel beveiligingscamera's er in Nederland hangen. Ook heeft Bits of Freedom een oud boek online gezet waarvan het auteursrecht verstreken was. Vervolgens heeft zij (via een anoniem hotmail adres) ISP's gevraagd dit boek offline te halen in verband met de inbreuk op auteursrechtelijk beschermd materiaal. In 70% van de gevallen bleken de providers de tekst te verwijderen, zonder verder te kijken naar de pagina of de twijfelachtige herkomst van de klager.

In 2002 is Bits of Freedom begonnen met het organiseren van de Big Brother Awards.

Tussen 2006 en 2009 is Bits of Freedom in een winterslaap beland. De naam en stichting Bits of Freedom bestonden nog, maar er werden geen taken meer uitgevoerd namens de stichting. Wel zijn de Big Brother Awards nog eenmaal georganiseerd. De tijdelijke opschorting kwam door verschillende omstandigheden waaronder het niet beschikbaar zijn van een aantal medewerkers en een lastige financiële situatie. In 2009, tijdens HAR2009, is Bits of Freedom opnieuw van start gegaan. Sinds de heropricting probeert Bits of Freedom zichzelf te financieren door donaties van bedrijven, persoonlijke donateurs en andere stichtingen, zodat zij zichzelf in leven kan houden.

Vanaf 2009 verdedigt Bits of Freedom opnieuw de digitale burgerrechten van Nederlanders en hierbij richt zij zich nu voornamelijk op internet. Zij verdedigt twee online burgerrechten, privacy en communicatievrijheid. Als voorbeeld komt het verzet tegen de bewaarplicht voort uit het recht op privacy, en de acties voor netwerknutraliteit zijn een voorbeeld van communicatie vrijheid. Verder helpt zij mensen zich er bewust van te worden hoe zij hun communicatie op internet veiliger kunnen maken.

Bits of Freedom probeert goed beleid te stimuleren en slecht beleid terug te draaien, zowel in het bedrijfsleven als bij de overheid. Bits of Freedom voert een constructieve lobby waar mogelijk en scherpe actie waar nodig. Zij opereert als maatschappelijke beweging, wat betekent dat zij veel overlegt en samenwerkt met de achterban. Sympathisanten zijn dus belangrijker dan bij veel andere organisaties.

Sympathisanten kunnen op verschillende manieren bijdragen aan de doelen van Bits of Freedom.

- Passieve sympathisanten lezen het nieuws op social network sites, zoals Twitter, Facebook en LinkedIn, of via de nieuwsbrief, website en RSS.
- Reactieve sympathisanten reageren op Bits of Freedom via de verschillende mogelijkheden, verspreiden het nieuws of hebben bijvoorbeeld een abonnement op één van de mailinglists. Er zijn lijsten met verschillende specialiteiten (lijsten voor mensen met creatieve, juridische, technologische en redactionele kwaliteiten) waar soms mee overlegd wordt en zijn er mailinglijsten waar gediscussieerd wordt over bepaalde onderwerpen (er zijn mailinglijsten over internet vrijheid, netneutraliteit en filtering). Ook worden er vaak vragen via social media gesteld waar mensen op reageren.
- Online actieve vrijwilligers nemen actief plaats in een discussie op internet, signaleren nieuws en denken met Bits of Freedom mee.
- Offline actieve vrijwilligers komen langs op het kantoor van Bits of Freedom om daar mee te helpen met verschillende onderdelen van het werk.

Zowel online als offline nemen actieve vrijwilligers deel in projecten en verspreiden zij het nieuws, en de doelen, van Bits of Freedom.

Door de combinatie van vaste medewerkers en een grote achterban ontstaat een combinatie van expertise die erg krachtig is. Hierdoor is Bits of Freedom in feite groter dan haar drie werknemers alleen.

Dit onderzoek wordt uitgevoerd vanuit het kader van het huidige Bits of Freedom. Na de doorstart zijn er uiteraard weer de trouwe volgers die zich opnieuw bij Bits of Freedom hebben aangesloten. Daarnaast heeft Bits of Freedom ook geprobeerd om haar achterban te vergroten. Verschillende mensen uit deze achterban hebben aangeboden om Bits of Freedom te helpen. De vraag is hoe Bits of Freedom haar sympathisanten (meer) kan laten bijdragen aan het werk van Bits of Freedom.

Aanleiding en probleemstelling

Bits of Freedom is een kleine organisatie, zij heeft namelijk maar drie werknemers. Ondanks dit feit heeft zij grote ambities. Zij heeft veel sympathisanten die zouden kunnen helpen met allerlei werk en dat al deels doen. Op dit moment worden deze sympathisanten op verschillende manieren ingezet. Zo zijn er mailinglists en zijn er een aantal vrijwilligers die op kantoor langskomen en ter plekke aangereikt werk voltooien. Bits of Freedom vermoedt echter dat zij op dit moment nog niet maximaal gebruikt maakt van deze sympathisanten.

Belang van het onderzoek

Dit onderzoek is van belang voor Bits of Freedom, doordat zij met de uitkomst haar effectiviteit kan uitbreiden en zo haar doelen beter kan behalen.

Analyse onderzoeksmethoden

Voordat er met een onderzoek begonnen wordt, moet er uiteraard gekeken worden naar welke methode het beste bij het onderzoek past. Allereerst moet er een keuze worden gemaakt tussen theoriegericht onderzoek en praktijkgericht onderzoek. Bij theoretisch onderzoek wordt er onderzoek gedaan door wetenschappelijke literatuur te bestuderen. Bij praktijk onderzoek is het belangrijkste doel niet het ontwikkelen van theorieën, maar het zoeken naar oplossingen voor een praktisch probleem.

Ook wanneer er naar deze twee verschillende manieren van onderzoeken gekeken wordt, zijn er nog vele onderzoeksmethoden die gebruikt kunnen worden voor verschillende delen van het onderzoek. Zo kan er onderscheid gemaakt worden tussen een case study, een enquête, een experiment en een bureau-onderzoek. Bij een case study gaat het onderzoek over een bepaald evenement, bij een experiment wordt hypothese getest aan de werkelijkheid door hem uit te voeren. Een enquête geeft kwantitatieve informatie over onderdelen in een populatie en een bureau-onderzoek zal alleen ingaan op de literatuur over een bepaald onderwerp.

Wanneer er gekeken wordt naar het onderzoek dat uitgevoerd zal worden, ligt een praktijk onderzoek het meest voor de hand. De hoofdvraag is namelijk erg specifiek voor de doelgroep van Bits of Freedom, en hier is nog geen ander onderzoek naar geweest. Bij de uitwerking wordt er gebruik gemaakt van verschillende onderzoeksmethoden. Zo is er bijvoorbeeld een enquête afgenomen om inzicht te krijgen in de achterban en zijn er diepte-interviews afgenomen met betrokkenen en sympathisanten om een goed inzicht te krijgen in hoe men over Bits of Freedom denkt.

Hoofdvraag

Hoe kan Bits of Freedom er voor zorgen dat haar sympathisanten een maximale bijdrage leveren aan het behalen van de doelen van Bits of Freedom?

Deelvragen

1. Op welke manier en waarom leveren sympathisanten op dit moment een bijdrage aan de doelen van Bits of Freedom?
2. Op welke manieren zouden sympathisanten een bijdrage kunnen leveren aan de doelen van Bits of Freedom?
3. Wat kan Bits of Freedom doen om te zorgen dat sympathisanten een verdergaande bijdrage leveren dan zij nu leveren?

Hoofddoelstelling

Een advies schrijven waarin uiteen wordt gezet hoe de sympathisanten van Bits of Freedom beter kunnen worden gemotiveerd om bij te dragen aan de doelen van Bits of Freedom.

Deeldoelstellingen

1. Inzicht krijgen in de huidige werkzaamheden die sympathisanten op dit moment doen en inzicht krijgen in de huidige redenen van sympathisanten om een bijdrage te leveren aan het behalen van de doelen van Bits of Freedom.
2. Inzicht krijgen in de verschillende werkzaamheden die sympathisanten zouden kunnen uitvoeren om de doelen van Bits of Freedom te behalen.
3. Een plan opstellen om sympathisanten effectiever in te zetten om zo de doelen van Bits of Freedom te behalen.

Hypotheses

Om deze hoofdvragen te beantwoorden zal ik een paar hypotheses opstellen, en vervolgens deze hypotheses testen.

Vraag: Zijn er verschillende manieren van een bijdrage leveren aan de doelen van Bits of Freedom?

Hypothese: Dat klopt, dat zijn namelijk de volgende manieren:

- Nieuws passief lezen (Twitter, Facebook, LinkedIn, site)
- Een abonnement hebben op de nieuwsbrief/rss
- Reacties geven via Twitter/Facebook/comments op de site
- Een abonnement hebben op één van de mailinglists
- Actieve vrijwilliger online
- Actieve vrijwilliger offline

Dit ga ik onderzoeken door: een enquête af te nemen onder de huidige sympathisanten en te kijken naar de hoeveelheid inschrijvingen en reacties op de nieuwsbrief, de Twitter, het Facebook profiel en LinkedIn.

Kunnen we aannemen dat de verschillende manieren van bijdrages leveren drie stadia in betrokkenheid aangeven?

Hypothese: Dat klopt

- passieve (lezen van het de site en de nieuwsbrief)
- reactieve (reacties geven op de site/Twitter/maillinglists) en
- actieve (eigen blog berichten schrijven/zelf medestanders aantrekken e.d.) betrokkenheid.

Dit ga ik onderzoeken door: Een overzichtelijke lijst te maken van alle bijdragen en samen met de andere werknemers van Bits of Freedom deze lijst na te lopen. Eventueel deze lijst in de interviews met sympathisanten bespreken.

Hoe zorgen we er voor dat mensen van reagerende naar actieve sympathisanten veranderen?

Hypothese: Door mensen er op te wijzen dat de mogelijkheid bestaat. Door de mensen aan te sporen Bits of Freedom actiever te steunen. Bijvoorbeeld door actief gedrag te belonen door middel van complimenten en door actief te steunen aantrekkelijk te maken door materiaal aan te bieden dat gebruikt kan worden. Door een community gevoel te creëren zodat mensen graag met elkaar een project afronden. Door te zorgen dat er minder eenrichtingsverkeer is. Zodra het tweerichtingsverkeer wordt zijn sympathisanten actief betrokken.

Dit ga ik onderzoeken door: Een onderzoek te doen naar hoe andere organisaties dit aanpakken en sympathisanten vragen wat volgens hen goed zou helpen. Door middel van een enquête vragen of sympathisanten inderdaad vinden dat een community en/of twee richtingsverkeer beter zou worden.

Vraag: Wat voor werk zou Bits of Freedom mensen aan kunnen bieden?

Hypothese:

- Campagnes, actief meehelpen met het opzetten en uitvoeren van een bepaalde campagne
- Acties, meehelpen met de uitvoering van acties
- Lobby-en, de politiek overtuigen van het standpunt van Bits of Freedom
- Sponsors, een financiële bijdrage leveren
- Stukken schrijven, een inhoudelijke bijdrage leveren
- Nieuws in de gaten houden, een observerende bijdrage leveren
- Lopende projecten leiden of uitvoeren
- Het vertalen van stukken

Dit ga ik onderzoeken door: Deze lijst voor te leggen aan andere medewerkers van Bits of Freedom en aan hen en de vrijwilligers te vragen of er nog iets ontbreekt.

Vraag: Welke werkzaamheden voeren vrijwilligers op dit moment uit?

Hypothese:

- Vertaal werkzaamheden.
- Blogposts (mee) schrijven.
- Brieven (mee) schrijven.

Dit ga ik onderzoeken door: De andere medewerkers van Bits of Freedom vragen of er iets ontbreekt op deze lijst en het te vragen in de enquête.

Waarom helpen vrijwilligers op dit moment Bits of Freedom?

Hypothese:

- Omdat ze achter de gehele gedachtegang van Bits of Freedom staan.
- Omdat ze achter de een specifiek onderwerp van Bits of Freedom staan.
- Naamsbekendheid voor zichzelf.

Dit ga ik onderzoeken door: Een enquête af te nemen onder de vrijwilligers.

Interviews vooraf

Om een goede indruk te krijgen of de vragen in de enquête van toepassing zijn, en of er niet iets gemist wordt dat cruciaal is, worden er als eerste een aantal interviews gehouden met sympathisanten van Bits of Freedom. Er worden hen de onderstaande vragen gesteld, en eventueel wordt er doorgevraagd wanneer dit van toepassing is.

Doel

Vooraf aan het gesprek zal ik het doel kort uitleggen:

Zoals je weet is Bits of Freedom een vrij kleine organisatie met grote ambities. Gelukkig zijn er veel vrijwilligers die ons willen helpen, zoals jij. Om te onderzoeken hoe jullie ons nog beter kunnen helpen voer ik een onderzoek uit. Een onderdeel van dit onderzoek is een aantal interviews met vrijwilligers.

Vervolgens zal ik de volgende vragen stellen

- Wat waren je initiële redenen om je als vrijwilliger voor Bits of Freedom aan te melden?
- Hoe ben je met ons in contact gekomen?
- Hoe vind je het werken voor Bits of Freedom tot nu toe?
- Zou je het werken voor Bits of Freedom iemand aanraden?
- Waarom doe je het werk voor Bits of Freedom?
- Op basis waar van pak je een hulpvraag wel of niet op?
- Wat zijn volgens jou de goede punten van de samenwerking met Bits of Freedom?
- Waar zouden we op kunnen verbeteren bij de samenwerking met Bits of Freedom ?

Na elke vraag zal ik doorvragen met vragen zoals;

- 'Heb je hier nog iets aan toe te voegen' of 'Kun je wat specifiekere zijn' ?

Sympathisanten

Deze vragen ga ik voorleggen aan de volgende sympathisanten van Bits of Freedom:

- Vrijwilliger 1 – Heeft tot nu toe niet geholpen, maar probeert momenteel een actie op te zetten.
- Vrijwilliger 2 – Is meerdere keren langs geweest om op het kantoor van Bits of Freedom te werken
- Vrijwilliger 3 – Is meerdere keren langs geweest om op het kantoor van Bits of Freedom te werken
- Vrijwilliger 4 – Security researcher, vindt Bits of Freedom belangrijk maar heeft het vaak te druk om te helpen.

- Vrijwilliger 5 – Online erg enthousiast.
- Vrijwilliger 6 – Was in eerste instantie erg enthousiast, heeft later weinig toegevoegd.

Bij het benaderen van deze sympathisanten wordt er gebruik gemaakt van e-mail. Het interview zelf zal via de telefoon afgenomen worden. De e-mail is als bijlage toegevoegd aan dit document. De interviews zullen ook als bijlage bij dit document toegevoegd worden.

[In deze publieke versie zullen de interviews niet toegevoegd worden in verband met de privacy de geïnterviewden].

Bekendheid Bits of Freedom

De meeste vrijwilligers waar mee gesproken is kenden Bits of Freedom al van voor de her-oprichting en dan voornamelijk via internet. Na de oprichting zijn ze voornamelijk met de huidige Bits of Freedom in contact gekomen door media zoals mail en Twitter, waarna een gesprek met Ot volgde, of doordat ze Ot uitnodigde voor een gesprek. Het werk dat ze hebben gedaan is werk dat aansluit op hun interesses en expertise. Ze halen plezier uit het werkt, omdat het voldoening geeft en omdat Bits of Freedom goede feedback en een goede terugkoppeling geeft. Ze vinden het erg fijn om achteraf te horen wat er wel of niet goed was aan het werk, en als het een vraag was wat de uiteindelijke uitkomst is geworden. Alle vrijwilligers zouden anderen aanraden het werk ook te doen en een aantal hadden dit ook al gedaan.

Meehelpen hulpvraag

Of mensen meehelpen aan een hulpvraag hangt er over het algemeen van af of ze er tijd voor hebben op het moment dat het mailtje verstuurd wordt (of er op dat moment tijd voor kunnen maken in de komende week). Ook hangt het er veelal van af of ze een toegevoegde waarde hebben voor het project of dat iedereen het zou kunnen. In het laatste geval is het animo kleiner.

Positieve punten

De goede punten van Bits of Freedom zijn de bereikbaarheid, laagdrempelige manier van communiceren (de werknemers van Bits of Freedom doen niet alsof ze drie lagen hoger staan dan iedereen waarmee ze spreken), de goede terugkoppeling en feedback en de mogelijkheid om met weinig mensen veel te bereiken.

Feedback

Als feedback krijgt Bits of Freedom dat er soms veel meta-data in een email bericht stond voordat de daadwerkelijke vraag kwam. De vrijwilligers zouden het erg fijn vinden om meer mensen te ontmoeten die achter Bits of Freedom staan, eventueel in een bepaalde mailing-list groep. Zo mogelijk zou Bits of Freedom meer onderwerpen moeten aansnijden. Bij de samenwerking moeten er duidelijkere afspraken worden gemaakt.

Tips

Als extra tips krijgt Bits of Freedom de opmerking dat het handig zou zijn om een overzicht te maken met onderwerpen die Bits of Freedom wel of niet behandelt. Een speciale nieuwsbrief voor vrijwilligers zou leuk zijn, hierin kan besproken worden wat de komende projecten zijn, mensen die willen helpen kunnen aansluiten. Ook krijgt Bits of Freedom de tip niet te veel vrijwilligers aan te nemen. Het overzicht moet duidelijk blijven en hierdoor ontstaat er een gevoel van exclusiviteit en kwaliteit.

Naar aanleiding van deze interviews zijn er aan de enquête de vragen toegevoegd of men contact met andere vrijwilligers belangrijk vindt, en of men vindt dat Bits of Freedom hierin een leidende rol moet spelen.

Social media

Twitter

Bits of Freedom heeft nu 5,694 volgers op Twitter, wat 1,9x zoveel als in april is, en Bits of Freedom is 383 keer gelist. Bij een onderzoek in april is er niet gekeken naar de lists die mensen hebben gemaakt waar Bits of Freedom in voor komt, dus er kan niet vergeleken worden of dit is gegroeid. Ook is het geslacht of de leeftijd van de volgers hier niet bekend. Wel is het bekend dat Bits of Freedom ook wordt gevolgd door bedrijven en organisaties in plaats van alleen personen.

De titels van de lists zijn bekeken om te kijken over welke onderwerpen deze gaan en Bits of Freedom is voornamelijk gelist in internet of politiek gerelateerde lijsten. Ook sociale media, activism, freedom, open data en nieuws komen veel voor. Een aantal mensen volgen Bits of Freedom in verband met hun werk. Opvallend zijn de lijsten met de titel 'coffee', 'music', 'linux' en 'almost spammer'.

De historie van retweets gaat op Twitter niet verder dan 130 berichten, wat in dit geval betekent dat ze ongeveer twee maanden terug gaan. In deze twee maanden zijn voornamelijk berichten geretweet wanneer men Bits of Freedom hier mee kon steunen. Recentelijk was er de '1 dag 1000 donateurs-actie' waar veel retweets van zijn. Ook tweets waarin een schokkend feit en/of opmerkelijk nieuws staat ("politie mag vanaf nu in de gegevens van Facebook Italië kijken") worden veel geretweet. Het allerbest (met bijna 10 retweets meer dan de tweede plaats) is de tweet geretweet waarin Bits of Freedom iedereen bedankt met het behalen van de 1000 donateurs.

Elke dag worden er meerdere Twitter berichten verstuurd. Op vrijdag wordt Bits of Freedom vaak doorgegeven als tip om ook te volgen en mensen geven Bits of Freedom ook tips voor onderwerpen en artikelen via tweets. Er is veel interactie met de volgers, hoewel een diepgaande discussie lastig is in de beperkte berichtengrote van Twitter.

Facebook

Op Facebook heeft Bits of Freedom nu 1141 maandelijks actieve leden, wat opnieuw ongeveer 2x zoveel is als in April. Hiervan zijn de meeste mensen (45,39%) tussen de 25 en 34 jaar. Ook de groep tussen de 35 en 44 jaar is groot (21,86%), hoewel meer dan de helft kleiner dan de eerdere genoemde groep. De derde groep is de groep tussen de 18 en 24 jaar (17,94%) waarop de groep tussen de 45 en 55 jaar volgt (8,35%). Boven de 55 jaar en beneden de 18 jaar hebben zijn er bijna geen volgers (respectievelijk 4,43% en 0,8%)

De man-vrouw verhouding is ongeveer drie staat tot één. In vergelijking zitten er meer vrouwen in de hogere leeftijdsgroepen dan in de lagere (34-45 jaar is 41,3% en 55+ jaar is 45,2% vrouw).

Mensen komen voornamelijk uit Amsterdam, Utrecht en Den Haag. Hoewel Amsterdam bijna twee keer zo groot is als de twee volgende. Deze locatie wordt bepaald door middel van het IP adres van de computer. Niet alle providers geven deze locatie data correct weer. Zo geeft SurfNet alles als Utrecht door en is Ziggo Friesland altijd Joure. Deze informatie is dus niet geheel betrouwbaar, maar het zal een vrij goede richtlijn zal zijn.

Veel bezoekers komen uit Nederland en gebruiken de Nederlandse taal. Ook Engels is een belangrijke taal, UK en VS Engels samengevat is deze maar 10% kleiner dan Nederlands. Opvallend is dat 14 mensen piratentaal gebruiken, één persoon Latijn en één persoon Leet. Ook Frans, Turks, Spaans, Zweeds, Italiaans, Esperanto, Japans en Fries zijn vertegenwoordigd.

Leden kunnen een bericht in de Bits of Freedom groep plaatsen en Bits of Freedom plaatst zelf ook veel berichten. Leden kunnen een bericht bestempelen als leuk of er op reageren. Gemiddeld zijn dit negen leuk-bestempelingen per dag. Wanneer gebruikers reageren kan dat in een onbeperkte berichten grootte waardoor een inhoudelijke discussie makkelijker is dan bijvoorbeeld Twitter. Hierdoor ontstaat er ook vaker een korte discussie. De discussies gaan iets minder diepgaand dan op bijvoorbeeld LinkedIn.

LinkedIn

De Bits of Freedom LinkedIn groep heeft nu 485 leden, in April had Bits of Freedom er 180, wat een groei is van 269%. Dit is een opvallend grotere groei dan bij Twitter en Facebook. Hiervan werkt het overgrote merendeel in de ICT of in een aan de ICT gerelateerde branche. Een ook goed vertegenwoordigd veld zijn managers, mensen met eigen bedrijven e.d (15,45%). Gevolgd door juridische experts en mensen die veel met nieuwe media en sales doen (7,05%). De groep wordt afgesloten met creatieven (6,81%) en studenten (6,36%).

De groep bestaat naar schatting voornamelijk uit mannen, maar omdat hier geen statistieken van openbaar zijn, is dat niet met zekerheid te zeggen.

De snelheid waarmee berichten wordt geplaatst ligt een stuk lager dan bij bijvoorbeeld Twitter, de posts hangen namelijk samen aan de uitgave van blogberichten op de site. Maar de bericht grootte voor reacties heeft geen limiet.

Hierdoor ontstaan er vaak langer doorgaande en diepere discussies dan op bijvoorbeeld Facebook. Door deze discussies kan er ook gesteld worden dat er veel professionele kennis aanwezig is op dit platform.

Mailinglists

Bits of Freedom maakt gebruik van mailinglijsten. Er zijn vier specialisatie richtingen waar mensen zich voor kunnen aanmelden; creatief, juridisch, technisch en redactie. Op de redactie lijst staan de meeste mensen, gevolgd door technisch, daarna juridisch en vervolgens creatief. In totaal zijn er iets meer dan 264 mensen ingeschreven

Sommige mensen staan voor meerdere lijsten ingeschreven. dit is 22 keer voor twee lijsten en acht keer voor drie lijsten. De combinatie met creatief is het minst gewild.

Wanneer er een vraag naar één van de mailinglijsten wordt gestuurd komt er meestal binnen een uur een reactie. Soms ontstaat er een korte discussie tussen bepaalde standpunten. Vaker wordt er een antwoord op een vraag, of een verzoek tot een handeling dan een standpunt, verstuurd.

IRC

De IRC van Bits of Freedom heeft 41 nicks, dit is er één meer dan in april, wat verklaard kan worden doordat de onderzoeker zelf aanwezig is op dit kanaal.

Van de mensen op IRC zijn alleen hun nickname, en eventuele informatie die ze zelf in een gesprek prijsgeven, bekend. Over het algemeen zitten er mensen in het kanaal met veel technische kennis.

Het kanaal is matig actief. Soms wordt er veel gesproken, maar het kan ook voorkomen dat het een aantal dagen stil is. IRC wordt dan ook gebruikt als een soort slowchat, wanneer 's morgens een stelling geplaatst wordt, kan hier gerust iemand om vier uur 's middags op reageren, ongeacht wat er in de tussentijd besproken is.

Identica

Op Identica heeft Bits of Freedom op dit moment 42 abonnees, hiervan zijn acht accounts inactief, vijf accounts hebben vrouwen namen, en het laatste bericht is acht dagen oud.

Wanneer de acht inactieve accounts van de 42 leden aftrekken, blijven er 34 over. In vergelijking met April is dit een groei van 233%. Vrouwen maken hier ongeveer 20% deel uit van het totaal, wat een kleine afname is in vergelijking met april (toen was het 33%).

Delicious

Bij Delicious heeft Bits of Freedom in totaal 872 bookmarks, twee mensen beheren de site. Er zijn 18 fans, waarvan twee namen afkomstig leken van vrouwen en 16 van mannen. Het laatste bericht is vandaag verzonden en de account wordt geregeld geüpdated. Er is weinig bekend over de volgers van dit account. De Delicious wordt bijgehouden door verschillende vrijwilligers. Bits of Freedom heeft hen het wachtwoord gegeven, zodat zij bookmarks kunnen plaatsen.

Hyves

Er bestaat nu een Bits of Freedom Hyves, deze is echter nog niet in het nieuws gebracht, dus niemand weet dat deze bestaat. Zonder publiciteit hebben op dit moment vier mensen de Hyves gevonden.

Conclusie

De verschillende social media hebben verschillende doelgroepen. Facebook en Twitter zijn het populairst in gebruik. Via deze media zal dan ook de grootste groep mensen bereikt worden. LinkedIn is voornamelijk bedoeld voor de wat oudere en professionele gebruiker, LinkedIn bevat dan ook veel kennis.

IRC wordt door een beperkte groep mensen gebruikt, maar in dit kanaal zit wel erg veel technische kennis. Ook zijn mensen op IRC zeer direct aan te spreken, omdat het een chat kanaal is. Bij Twitter en Facebook is de reactiesnelheid erg hoog, overige kanalen duren iets langer. Twitter heeft de meeste beperking in de berichten grootte, en op LinkedIn en IRC ontstaan het vaakst diepere discussies.

Andere vrijwilligers organisaties

Om er van te leren hoe andere organisaties hun achterban mobiliseren is er een aantal organisaties onderzocht. Dit onderzoek bestaat uit het onderzoeken van hun website en jaarverslag en interviews met mensen van de organisaties.

De volgende organisaties zijn onderzocht:

- La Quadrature du Net, de Franse Bits of Freedom.
- De 1%CLUB, een organisatie die zich door middel van de community inzet voor goede doelen.
- Amnesty Nederland Nederland, een grote internationale mensenrechten organisatie.
- Doenersnet, de vrijwilligerstak van Oxfam Novib.
- EO Jongeren, een religieuze organisatie specifiek voor jongeren.
- JOVD, de jongerenafdeling van een politieke partij, in dit geval de VVD.
- Greenpeace, een grote internationale milieuorganisatie.

Websites

Alle onderzochte organisaties hebben een website. Deze website wordt over het algemeen gebruikt om naar de achterban te communiceren welke acties er op dit moment ondernomen worden. Een afwijking hierop is de website van de EO jongeren afdeling. Deze is voornamelijk bedoeld als communityportal voor de christelijke jongeren.

Jaarverslagen

Niet alle onderzochte organisaties hebben een publiek beschikbaar jaarverslag. Van de 1%CLUB, Amnesty Nederland Nederland, Doenersnet, de EO en Greenpeace heb ik een jaarverslag kunnen vinden op internet. Tijdens het doorlezen van de jaarverslagen heb ik er op gelet hoe de organisaties hun achterban mobiliseren. Naar aanleiding van deze verslagen heb ik een aantal vragen geformuleerd. Deze vragen zal ik aan de organisaties voorleggen tijdens een interview.

Interviews

La Quadrature Du Net, de 1%CLUB, Amnesty Nederland, Doenersnet, de EO, en Greenpeace zijn benaderd voor een interview. Helaas gaven niet alle organisaties een reactie. De conclusies, van de interviews met de organisaties die wel een reactie hebben gegeven, worden per organisatie besproken.

La Quadrature du Net

Website

Who are we? | Our supports | Press room | FAQ | Contact |

Search

English Français

NEWS DOSSIERS PRESS REVIEW WIKI

Sarkozy Exports Repressive Internet

UPDATE (October 30th): Following the announcement by the Dutch Minister of Culture that he would not attend the conference, and would instead send an Ambassador to voice the opposition of the Dutch government to three-strikes schemes, the conference has been postponed to an undetermined date.

» Read more

disinformation | HADOPI / Olivennes Bill | Net filtering | Sarkozy | press release

News

- 05/11/10 La Quadrature Answers EU consultation on "Internet Directive"
- 04/11/10 Comment La Quadrature's Draft Response to the Internet Directive Consultation
- 21/10/10 Sarkozy Exports Repressive Internet
- 19/10/10 Why You Should Respond to the e-Commerce Consultation
- 12/10/10 Council of Europe Agrees That Net neutrality is Key to Freedom of Expression
- 11/10/10 "Final" Version of ACTA Must be Rejected as a Whole
- 06/10/10 Near-Final ACTA Text is a Counterfeit of Democracy
- 04/10/10 ACTA is No Done Deal
- 01/10/10 La Quadrature Answers the EU questionnaire on Net Neutrality
- 29/09/10 Answer the Net Neutrality questionnaire or support La Quadrature's submission

» Read more

Press review

- 04/11/10 [Computerworld] Clinton's visit highlights ACTA scepticism
- 01/11/10 [Dw-World.de] France begins sending out online piracy warning

ACTA

ACTA stands for Anti-Counterfeiting Trade Agreement. It is aimed at enforcing copyright and tackling counterfeited goods and it has been secretly negotiated since 2008 by the European Union, the United States, Japan, Canada, South Korea, Australia as well as a few other countries.

This agreement would bypass democratic processes in order to enforce a fundamentally irrelevant regulatory regime, that would put an end to Net neutrality.

"Final" Version of ACTA Must be Rejected as a Whole
Near-Final ACTA Text is a Counterfeit of Democracy
ACTA is No Done Deal

11/09/10 [Computerworld] Clinton's visit highlights ACTA scepticism
06/10/10 [Techdirt] Death Of ACTA
04/10/10 [Eubserver] EU defends final Acta text on counterfeiting

» Complete dossier.

Participate

La Quadrature needs your help to conduct its activities!

- Connect to our chatroom to introduce yourself and participate
- Do some of the ongoing tasks (in French)
- "Garden" our wiki
- Subscribe to our discussion mailing list

email@example.com

For further information, please read our "how to participate" page.

Robocopyright ACTA

Orig. N en de as it et David.

Follow La Quadrature

To follow La Quadrature du Net daily, you can:

- subscribe to the following RSS feeds:
 news
 press review
- follow La Quadrature's identi.ca @laquadrature or twitter account
- subscribe to the monthly newsletter

Support La Quadrature du Net!

De bezoeker wordt bij de website van La Quadrature du Net op twee manieren aangespoord om mee te helpen, hoewel deze manieren wat verloren gaan in de rest van de tekst. Verder staan er veel nieuwsberichten aan de linkerkant van de sites en zijn er verschillende manieren waarop bezoekers de berichten kunnen verspreiden. Zo is er een Twitter, Facebook, Delicious, Digg en MySpace share-knop. De website lijkt daardoor voornamelijk bedoeld voor het overbrengen van de boodschap van La Quadrature du Net.

Doelgroep

La Quadrature du Net is gevormd door geeks, en deze beslaan dan ook voornamelijk hun doelgroep. Hiernaast proberen ze de jongere geeks en de free-culture mensen te bereiken, onder andere met de aanwezigheid op belangrijke websites, een nieuwsbrief en de real life aanwezigheid op evenementen waarop ze mensen spreken. Soms wordt er via twitter gevraagd of mensen hun boodschap willen overbrengen op anderen. Ook is er een onderdeel op de website met banners etc. Ze bereiken het meeste van hun publiek door mond-tot-mond reclame.

Donaties

La Quadrature probeert mensen over te halen te doneren door donatie campagnes te houden. Vorig jaar was er een belangrijke Fransman die tijdens deze campagne

mensen aanspoorde om La Quadrature te helpen. Mede hierdoor was de actie erg succesvol. Verder is er een gedeelte op de website waar uitgelegd wordt wat La Quadrature doet, wat hun acties zijn en waar ze het geld voor gaan gebruiken. Mensen die (boven) een bepaald bedrag doneren krijgen een t-shirt, of iets anders leuks om hen te bedanken, en om hun support aan anderen duidelijk te kunnen maken.

Vrijwilligers

Veel van het werk van La Quadrature du Net wordt gedaan door vrijwilligers. Zo is er een speciaal IRC kanaal en onderdeel van de website waar een takenlijstje op staan. Wanneer iemand tijd over heeft, kan diegene kijken wat er te doen is en een taak oppakken. Er is ook een speciale pers lijst. Op deze lijst kunnen mensen interessante stukken uit de media insturen. De moderators van de La Quadrature website houden deze lijst in de gaten, en wanneer ze het er mee eens zijn plaatsen ze het stuk. Voor het beheer van vrijwilligers heeft La Quadrature één specifiek persoon aangewezen. Zij verzorgd de communicatie met en coördinatie van alle vrijwilligers.

Feedback

Om met hun vrijwilligers te overleggen zijn er tot nu toe twee real life meetings geweest. Bij de eerste kwamen twee vrijwilligers, bij de tweede rond de 15. Uit deze meetings kwam erg veel nuttige feedback naar voren. Ook wordt er uitgelegd waarom een bepaalde maatregel wel of niet wordt ingevoerd, zodat de achterban dit begrijpt. Tijdens één van de meetings was er een vrijwilliger die voorstelde om de Facebook up-to-date te houden, zodat La Quadrature dit niet zelf hoeft te doen.

De 1%CLUB

Website

The screenshot shows the homepage of the 1%CLUB website. At the top, there is a navigation bar with the logo '1%Club YOU MAKE IT WORK.' and a 'Connect' button. To the right, there are input fields for 'Gebruikersnaam' and 'Wachtwoord', a 'LOG IN' button, a link for 'WACHTWOORD VERGETEN?', and a 'DOE MEE!' button. Below this is a green navigation bar with 'HOME', 'PROJECTEN', '1%LEDEN', and '1%DOEN' menu items. A search bar is on the right. The main content area features a large banner image of two people working. Overlaid on the banner is a project card for 'Epilepsie Educatie! Kenia, Oost-Afrika'. The card shows a progress bar with 'Nu 505 EUR' and 'Nodig 1100 EUR', and buttons for '14 leden' and 'DOE MEE!'. Below the banner, there is a statistics bar: '1%CLUB Cijfers: 5.840 1%LEDEN / 97 1%PROJECTEN / 117 Gerealiseerde 1%PROJECTEN / 35 LANDEN / EUR 310.320 Gedoneerd'. To the left, a section titled 'Hoe werkt het?' explains the platform's purpose and lists two steps: '1 KIES EEN PROJECT' and '2 STEUN HET MET JE KENNIS, TIJD OF GELD'. To the right, a 'Nieuwste Tweets' section shows a tweet about a project in Zanskar. A red arrow points to a circular button that says 'KLINKT GOED? KLIK DAN HIER EN DOE MEE'.

Nederlands [Engel](#)

1%Club YOU MAKE IT WORK. [f Connect](#) [LOG IN](#) [WACHTWOORD VERGETEN?](#) [DOE MEE!](#)

HOME PROJECTEN 1%LEDEN 1%DOEN Zoekterm

Epilepsie Educatie!
Kenia, Oost-Afrika
Keniaanse jongeren met epilepsie geven, door middel van muziek, voorlichting...
Nu 505 EUR
Nodig 1100 EUR
14 leden [DOE MEE](#)

1%CLUB Cijfers: 5.840 1%LEDEN / 97 1%PROJECTEN / 117 Gerealiseerde 1%PROJECTEN / 35 LANDEN / EUR 310.320 Gedoneerd [f Like](#) 364

Hoe werkt het?
1%CLUB is dé internationale marktplaats die slimme ontwikkelingsprojecten koppelt aan mensen, geld en kennis.

1 KIES EEN PROJECT
Je kunt kiezen uit een brede selectie van direct aangeboden projecten over de hele wereld.

2 STEUN HET MET JE KENNIS, TIJD OF GELD
Elk project heeft verschillende behoeften. Meer geven dan geld of advies? Ga naar 1%DOEN en zet je professionele skills in.

KLINKT GOED? KLIK DAN HIER EN DOE MEE

Nieuwste Tweets
1% TWITTER
En weer een nieuw project op de 1%club website: 'Sanitair voor Scholen in Zanskar' (India) <http://bit.ly/cpXNJ5>
Nieuw project online! 'Aanschaf van naaimachines in Zuid Afrika' <http://bit.ly/ccF3w1>
Project afgerond! Kunstwerkplaats in

De website van de 1%CLUB nodigt uit tot veel interactie. Zo is er aandacht voor de nieuwste berichten op Twitter en is er een manier om in te loggen met een Facebook account. Ook kunnen berichten ge-liked worden op Facebook. Wat op dit screenshot niet te zien is, maar wel te zien is wanneer de gebruiker naar beneden scrollt zijn ook links naar de 1% Hyves, Twitter, Flickr, LinkedIn en Youtube. De bezoeker wordt op meerdere manieren, en op goed verspreide plaatsen, aangespoord om mee te doen. Er wordt niet een uitleg gegeven over een bepaald onderwerp of project, maar wel over wat de 1%CLUB is. De 1%CLUB heeft dan ook als doel mensen bij elkaar te brengen in plaats van dat ze zelf een onderwerp hebben waarvoor ze vechten.

Doel

De 1%CLUB voert niet zelf actie, maar brengt mensen bij elkaar en steunt hen zodat zij actie kunnen voeren. Mensen kunnen hun eigen project aanmaken of aansluiten

bij een al bestaand project. Hierdoor ontstaat er een grote community van mensen die zich allemaal graag willen inzetten voor een bepaald doel.

De leden beoordelen en steunen elkaar, waardoor de mening van de massa sterk weegt. Het werkt in principe zoals wikipedia. Iedereen controleert, verbetert en helpt elkaar, waardoor de gezamenlijke kwaliteit van de projecten alsmaar hoger wordt.

Het project met de meeste maatschappelijke steun heeft hierdoor, zeer waarschijnlijk, ook de grootste kans van slagen.

De leiders van projecten houden de geïnteresseerden door middel van de website op de hoogte, en zodra het project afgelopen is zal de projectleider een kort stukje schrijven over hoe het gelopen is, en wat hij/zij er van geleerd heeft. Pas zodra dit stuk goedgekeurd is mag de projectleider een nieuw project beginnen. Onderling wordt er dus ook veel informatie uitgedeeld.

Toekomst

In de toekomst wil de 1%CLUB graag young professionals en particuliere initiatieven bij hen betrekken. Op dit moment is er al een samenwerking met scholen. Studenten nemen dan een bepaalde taak op zich voor de 1%CLUB of verzorgen bijvoorbeeld een les.

Conclusies hoe de 1%CLUB vrijwilligers betreft en mobiliseert:

- Mensen elkaar laten aanmoedigen en steunen.
- Studenten via hun school uitnodigen bepaalde taken uit te voeren.

Doelgroep

De 1%CLUB is liever in gerichte media dan in alle media. Ook maken ze veel gebruik van social media, zodat mensen elkaar gaan aansporen via de 1%CLUB te gaan helpen.

Enthousiast maken

Wanneer mensen zich aanmelden bij de 1%CLUB worden ze altijd persoonlijk begroet via een mailtje en er wordt ook altijd geprobeerd om in dit mailtje een vervolgvraag te stellen. Hierdoor zijn mensen geneigd om sneller te blijven hangen.

Samenwerking

De 1%CLUB heeft samengewerkt met scholen, maar nog niet erg veel. Soms komen er studenten naar de 1%CLUB toe omdat ze een project uit willen voeren voor studiepunten. Wanneer er werk via scholen wordt gepland, gaat hier erg veel tijd in zitten en is de 1%CLUB erg afhankelijk van de communicatie met docenten. Ook de studenten enthousiast maken duurt best lang.

Wel werkt de 1%CLUB samen met stagiairs, vrijwilligers en bedrijven. De bedrijven kunnen bijvoorbeeld een aantal uren doneren om hun kennis aan de 1%CLUB over te brengen.

Home > Dinsdag 9 november 2010

AMNESTY International **MENSENRECHTEN VANDAAG**

sitemap Zoek

Verkiezingen Myanmar een schijnvertoning

5 november 2010 'In de aanloop naar de verkiezingen heeft de regering van Myanmar de rechten die nodig zijn om eerlijke verkiezingen te houden, geschonden.' Dit zei Amnesty's secretaris-generaal Salil Shetty naar aanleiding van de verkiezingen in Myanmar op 7 november.

Lees meer

WERELD NIEUWS

Myanmar	Verkiezingen Myanmar een schijnvertoning
Nederland	Nederlandse aanpak illegalen deugt niet
Indonesië	Onvoldoende reproductieve zorg voor vrouwen
Nederland	Steun oproep Amnesty tegen uitzettingen Irak
Nederland	Protest tegen gedwongen uitzettingen naar Irak

Meer nieuws

DEF. P. RAPT VOOR MYANMAR

Bekijk of jouw foto ook in de clip langskomt...

RECHT OP...

.....een levensstandaard die hoog genoeg is om de gezondheid en het welzijn van jezelf en je gezin veilig te stellen. (art.25)

Wereldwijd werken er meer dan 250 miljoen kinderen als stenenbreker, minwerker

RECENTE WEBLOGS

Een nieuw bericht uit het Land van Slot en Grendel
Eduard Nazarski

Gisteren kwam Justine vrij. Uit vreemdelingendetentie. In Nederland, het Land van Slot en Grendel. Ze zat al zes maanden vast

AMNESTY IN ACTIE

- Onze campagnes
- Lopende acties
- Actienetwerken
- Young Amnesty
- Amnesty in uw regio
- Agenda
- Speciale projecten

DE BIBLIOTHEEK

- Voor de pers
- Landeninformatie
- Thema's
- Naslag
- Film en video
- Boeken en bladen

STEUN AMNESTY

- Word lid
- Word actief
- Webshop
- Geef!
- Collecte 2011
- Partners en sponsors

DE RESULTATEN

- Goed nieuws
- Wat Amnesty bereikt
- In vrijheid verteld
- Jaarverslag

OVER AMNESTY

- Missie en werkwijze
- De organisatie
- Privacy en ethiek
- Vacatures
- Contact en service

DE WEBSHOP

THE PLACES WE LIVE

ERVAAR DE SLOPPENWIJKEN VAN CARACAS, NAIROBI EN MUMBAI

Aan de rechterkant zijn vier duidelijke blokken te onderscheiden. Het blok dat het felst gekleurd is en bovenaan staat gaat over de acties die Amnesty Nederland op dit moment voert. Hieronder volgt de informatie over Amnesty Nederland en hun onderwerpen. Als derde komt pas het blok waarin de (toekomstige) vrijwilligers en leden worden aangesproken. Hierna volgt een blok over de successen van Amnesty Nederland, welke gevolgt wordt door een veel minder opvallende vijfde blok met hierin informatie over Amnesty Nederland.

Op de rest van de website staat veel informatie over de werkwijze en de doelen van Amnesty Nederland, zowel nationaal als internationaal.

De conclusie is dat de website van Amnesty Nederland zich niet focust niet op het werven en mobiliseren van leden, maar meer op het verstrekken van informatie.

Jaarverslag

Amnesty Nederland doet veel aan voorlichting en informatieverstrekking. Ook steunen ze verschillende projecten, zoals onderzoeken en documentaires. Ze

ondersteunen lokale groepen met het opzetten van een actie in plaats van 100% zelf een actie te starten en werken graag samen met andere organisaties die voor een gelijk doel strijden.

Amnesty Nederland verzorgt lesprogramma's voor jongeren, om hen al vroeg kennis te laten maken met hun doelen. Ze zijn aanwezig op grote festivals en evenementen om de jongvolwassenen aan te spreken en gebruiken veel social media (Hyves, Twitter, Facebook, LinkedIn) en de share-functie op hun website om veel mensen op internet te bereiken.

Communicatie

Ze communiceren met gemakkelijk te begrijpen posters. Zo wordt bijvoorbeeld enkel "waarom" gevraagd, in plaats van "waarom moet je Amnesty Nederland steunen".

Door enkel korte teksten te gebruiken en de afbeeldingen de antwoorden uit te laten leggen is deze advertentie eenvoudig en snel te begrijpen. Doordat het logo van Amnesty Nederland afgebeeld is, is duidelijk dat het over Amnesty Nederland gaat. Door campagnes bij een actualiteit te plaatsen kan er meer media aandacht, en daardoor meer bekendheid van de campagne en Amnesty Nederland, gecreëerd worden. Door merchandise te verkopen wordt hun bekendheid groter en Amnesty Nederland heeft verschillende tijdschriften om hun leden en vrijwilligers te informeren over de projecten.

Vrijwilligers

Om meer vrijwilligers te werven heeft Amnesty Nederland mensen gevraagd incidenteel te helpen, in plaats van vast. Hierdoor kan er snel veel bereikt worden zonder dat mensen zich verplicht voelen om elke keer opnieuw te helpen. Door een betere zoekmachine optimalisatie wordt hun website nu beter gevonden, en dus beter bezocht. De al betrokken vrijwilligers worden door middel van een persoonlijk kaartje bedankt voor hun inzet. Ook worden leden bedankt door hen kortingen te geven op toneelvoorstellingen en concerten.

Donateurs

Nieuwe donateurs worden geworven door een gespecialiseerd bedrijf via telemarketing, hoewel dit een steeds kleiner gedeelte uit gaat maken van het geheel door het bel-me-niet-register. Hierdoor is de focus later meer gelegd op deur-tot-deur en straatwerving. Ook is er een speciale uitzending voor MaxTV geweest.

Conclusies hoe Amnesty Nederland vrijwilligers betreft en mobiliseert:

- Communiceren in afbeeldingen in plaats van tekst.
- Een zoekmachine optimalisatie uitvoeren om beter gevonden te worden op het internet.

- Aanwezig zijn op sociale media voor bekendheid op internet.
- Vrijwilligers persoonlijk bedanken voor hun inzet.
- Flexibelere vrijwilligers instellen om snel mankracht te vinden zonder dat mensen zich verder erg verplicht voelen.
- Nieuwe donateurs werven via een gespecialiseerd bedrijf.
- Merchandise verkopen voor meer bekendheid en steun.

Leden en vrijwilligers

Uit mijn interview met Amnesty Nederland blijkt dat er bij Amnesty Nederland een verschil is tussen een Lid en een Vrijwilliger. Leden doneren geld en Vrijwilligers voeren actie. Uiteraard is er ook overlap tussen deze twee groepen. Ik spreek met de vrouw die werkt bij de afdeling 'actieve achterban' die mij uitlegt dat zij zich er voornamelijk op richt Vrijwilligers ook leden te laten worden. De afdeling communicatie probeert Leden ook actie te laten voeren.

Groepen

Vroeger werkten mensen vaak met elkaar in groepen en bleven ze erg lang bij dezelfde organisatie. Tegenwoordig willen mensen graag 'een keer' meehelpen en doen ze dit over het algemeen op individuele basis. De communicatie met deze vrijwilligers verloopt voornamelijk via internet. Zo is er bijvoorbeeld een klussenbank waarvoor mensen zich op kunnen geven. Wanneer er dan iets te doen is kunnen ze zich hier voor opgeven en dit uitvoeren. Soms komt het voor dat mensen vervolgens niet op komen dagen. Wanneer dit gebeurt wordt er altijd even na gebeld. Mochten mensen meerdere keren niet reageren dan worden ze uiteindelijk uitgeschreven van de klussenbank.

Doenersnet (vrijwilligersafdeling Oxfam Novib)

Website

The screenshot shows the homepage of Doenersnet, an initiative of Oxfam Novib. The header includes the logo and a navigation bar with links: home, campagnes, meedoen, Idee Café, over Doenersnet, and nieuws. A login section is located in the top right corner, featuring fields for E-mail adres and a password, with links for 'login', 'Login vergeten?', and 'Aanmelden als Doener'. A checkbox for 'Hou mij ingelogd op deze computer' is also present. The main banner features a photo of three people in green shirts and sunglasses, with the text 'OXFAM NOVIB OP LOWLANDS' and a link 'MEER OVER MEEDOEN'. To the right of the banner, a call to action 'Meld je nu aan!' is accompanied by an arrow pointing right. Below this, a list of activities is shown: '1. MEEDOEN', '2. DOEHEZELF TIPS', and '3. ZELF INITIATIEF NEMEN!'. The bottom section is divided into three columns: 'Doehetzelf tips' (featuring a tip about buying plastic-free products), 'Doeners in actie' (showing a photo of a woman), and 'Nieuw op Doenersnet' (listing statistics: 2104 leden, 0 Doeners online, 60 campagnes, 5 activiteiten, 4 Doeners gezocht, 658 tips uitgevoerd, and 10 nieuwe Doeners).

De website van doenersnet spoort sterk aan om mee te doen. Ze hebben een grote bekende actie op hun voorpagina, zodat de aandacht gelijk getrokken is. Verder zijn er veel ervaringen te lezen van vrijwilligers en zijn er tips die individueel uit te voeren zijn. Ook wordt er aandacht besteed aan locale acties, zodat er in ieder gedeelte van Nederland iets te doen is. De website is vergelijkbaar opgezet als de 1%CLUB website. Mensen kunnen zelf een actie opzetten en anderen hier aan mee laten doen. Het verschil is dat Oxfam Novib op deze website zelf ook acties neer zet waar mensen zich bij aan kunnen sluiten. Bij deze acties zal Oxfam de leiding hebben. Er zit dus iets meer sturing bij deze site.

Doelgroep

Doenersnet zet zich er op dit moment niet extra voor in om veel mensen te bereiken. Mensen worden bereikt via de Oxfam website, daar is namelijk een kopje met "wil je helpen" waarna ze doorgestuurd worden. Ook staat Doenersnet veel op festivals en horen mensen van hen via de acties, bijvoorbeeld doordat mensen het op Twitter of Facebook plaatsen. De meeste mensen worden bereikt via mond-tot-mond reclame.

Initiatief

De mate van eigen initiatief is erg hoog. Mensen worden ook niet aangespoord om zich in te schrijven maar er wordt geprobeerd de dialoog aan te gaan wanneer ze al ingeschreven zijn.

Er is een activatie ladder en er wordt geprobeerd mensen hoger op deze ladder te krijgen. Wanneer ze zich inschrijven worden mensen bijvoorbeeld welkom geheten en wordt er voorgesteld om naar een lokale introductiebijeenkomst te komen. Ook zouden leden online mee kunnen doen aan een actie, dit kan bij wijze van spreke al met één druk op de knop.

Hulp

Wanneer mensen aangeven dat ze graag willen helpen (bijvoorbeeld met een krabbel) dan probeert Doenersnet hen ook te vragen wat men wil doen en hoe zij kunnen helpen. De motivatie hierbij is natuurlijk erg belangrijk. Sommige mensen willen helpen voor een betere wereld, maar sommigen ook voor hun CV. Dan wordt er gevraagd naar de richting waarin ze werken en wordt er gekeken of er een opdracht is die hier bij aan sluit.

Verder is Doenersnet erg vrijblijvend. Als mensen nu tijd hebben doordat ze een vrije week hebben wordt er gekeken wat ze nu kunnen doen, maar als ze over een week weer moeten werken, is dat geen probleem.

Donaties

Doenersnet vraagt hun vrijwilligers niet expliciet te doneren, maar natuurlijk mag dat altijd. Wat vaker voor komt is dat mensen zelf een activiteit organiseren om geld in te zamelen. Veel vrijwilligers zeggen ook dat ze doneren in tijd in plaats van geld.

Andersom wordt wel eens gedaan. Zo wordt bijvoorbeeld in de nieuwsbrief naar donateurs gevraagd of ze ook mee helpen.

Samenwerking

Samenwerken met andere organisaties is een optie, maar Doenersnet doet er op dit moment weinig mee. Oxfam werkt wel veel samen met bedrijven. Vroeger waren er ook lespakketten voor scholen, maar nu minder.

EO Jongeren

Website



De website van de EO jongeren heeft slechts 1 kleine verwijzing naar het eventueel lid worden van de organisatie. Dit is echter meer een algemeen kopje waaronder alle onderdelen van leden passen, dan het perse lid worden. De pagina wordt ook niet gebruikt om actie te voeren.

Wel wordt de site duidelijk gebruikt als community portaal. Er is een pol en er zijn wisselende opiniestukken te lezen. Ook worden er vragen gesteld of wordt er informatie gegeven die gerelateerd is aan radio of tv programma's. Als de pagina naar beneden gescrollt wordt zijn daar de laatste forumonderwerpen, forum posts en het nieuws. Ook zijn er links naar de Facebook, Twitter, Hyves en Youtube van de EO jongeren. De site wordt dus meer gebruikt om gelijkdenkenden met elkaar in contact te brengen dan om met elkaar voor een bepaald doel te strijden.

Doelgroep

De EO is een mediabedrijf dat zich inzet om mensen in contact te brengen met het christelijke geloof. Ze communiceren via tv, internet bladen en evenementen met hun achterban.

De EO richt zich op verschillende sub-doelgroepen binnen hun achterban. Zo is er een blad speciaal voor vrouwen en een blad speciaal voor jongeren. Ook is er een vader-en-zoon dag en een jongerendag. Bij de laatste worden jongeren uitgedaagd een niet-christelijke vriend of vriendin mee te nemen zodat de EO steeds meer mensen bereikt.

Op de jongerensite van de EO is een blog en een forum, waardoor de site meer dienst doet als een communicatie kanaal en een manier om mensen samen te brengen dan een manier om mensen in actie te laten komen.

Conclusies hoe de EO vrijwilligers betreft en mobiliseert:

- Veel aanwezig zijn op meerdere media zorgt voor een grote bekendheid (tv, internet, magazines).
- Evenementen organiseren en mensen uitnodigen anderen mee te nemen zorgt voor het bereik van een nieuwe doelgroep.

Bereik

De EO maakt veel gebruik van verschillende media. Zij doet onderzoek naar de doelgroep en plaatst advertenties in de media die de doelgroep bekijkt. Ook wordt het taalgebruik aangepast op de doelgroep die zij aanspreekt en is zij aanwezig op evenementen om daar mensen te vertellen over de EO.

Vrijwilligers

Vrijwilligers worden gerecruit via eigen media, zoals de website en evenementen. Ook zijn er regio coördinatoren die verantwoordelijk zijn voor de personen binnen hun woonplaats of gemeente. Alle vrijwilligers zijn in principe EO lid, tenzij dit écht niet kan uit financieel oogpunt of iets dergelijks. Dit is omdat de EO het belangrijk vindt dat de mensen die hen representeren ook achter hun werk staan.

Jongeren

De EO heeft een grote jongeren afdeling. In de communicatie naar de achterban worden deze jongeren anders aangesproken. Zo hebben zij hun eigen media en wordt er anders met het taalgebruik omgegaan.

Website



De website van de JOVD is rustiger ingedeeld dan de voorgaande sites. Wel wordt er op meerdere manieren aangespoord om in actie te komen of lid te worden. Er wordt een poging gedaan om een sociaal netwerk te integreren in de website, hoewel dit niet geheel gelukt is. Onder het kopje Twitter is namelijk geen stream van de nieuwste Twitter berichten te zien, maar alleen een link naar de Twitter van de partij-voorzitter. Er wordt minder aangespoord op het activeren en meer op het meedoen met gelijkgestemden.

Doelgroep

De JOVD bereikt een groot publiek doordat zij de officiële jongerenpartij van de VVD zijn. Ook voeren ze campagnes tijdens de verkiezingen en zijn ze veel aanwezig op social media. In augustus hebben ze een groot offensief waarbij ze alle universiteiten langsgaan.

Leden

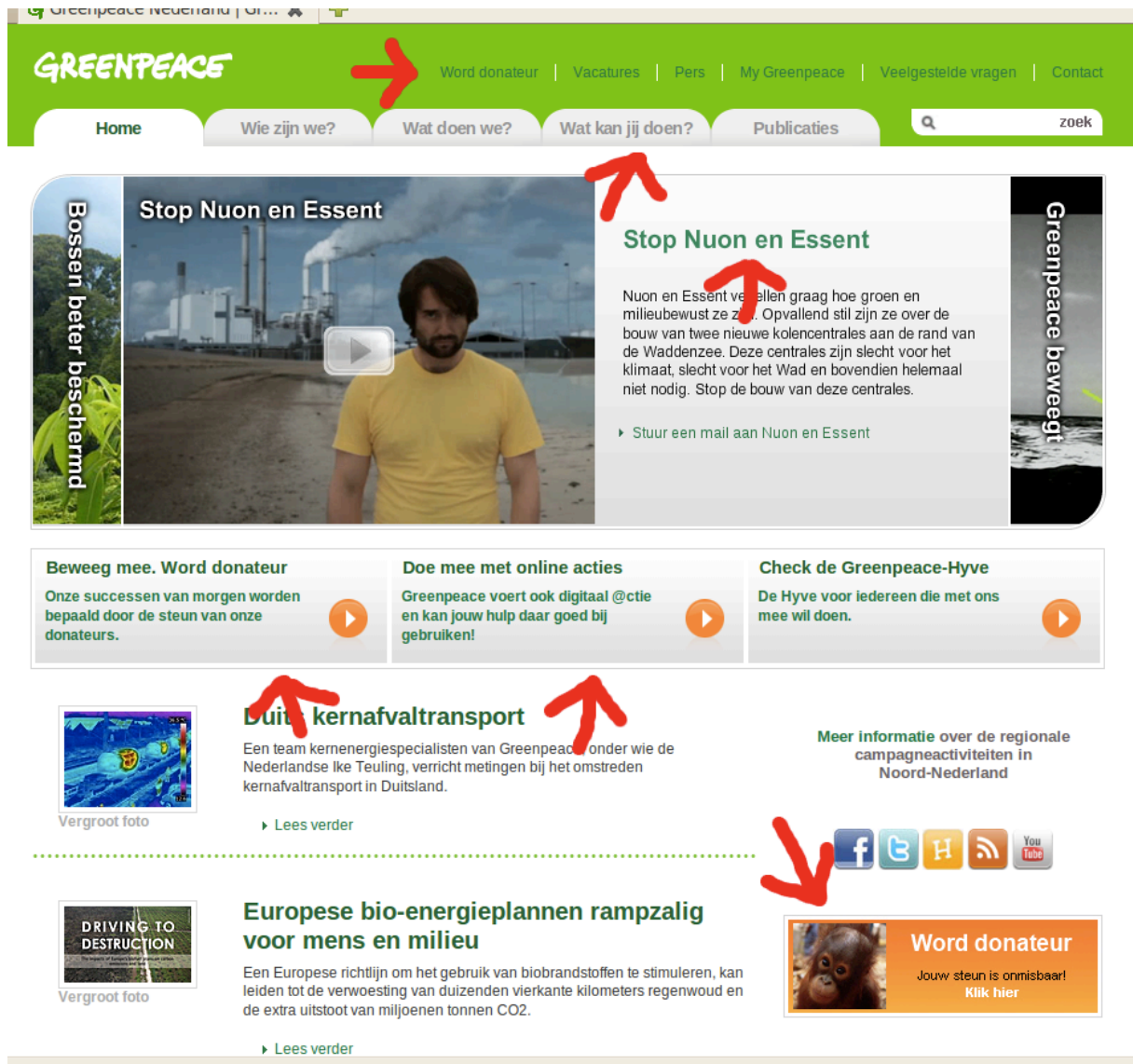
Mensen worden enthousiast gemaakt om lid te worden door bijvoorbeeld het eerste jaar lidmaatschap tegen een gereduceerd tarief aan te bieden. Leden worden vervolgens enthousiast gemaakt, of gehouden, door veel evenementen en activiteiten te organiseren. Hierbij wordt politiek altijd gecombineerd met ontspanning.

Vrijwilligers

Leden worden voornamelijk regionaal bij de JOVD betrokken. Nationaal is er een magazine. Soms komen mensen naar de JOVD toe omdat ze zelfs iets willen organiseren, dan proberen zij hier altijd zo goed mogelijk mee te helpen. De mogelijkheden om te helpen worden via de nieuwsbrief en website verspreid.

Greenpeace

Website



De Greenpeace site heeft, in vergelijking met de site van Amnesty Nederland, veel meer aparte onderdelen waarin aangespoord wordt om donateur of vrijwilliger te worden. Het actievoeren en het mobiliseren van mensen wordt veel onder de aandacht gebracht. Ook is er een kleine sectie met actuele informatie van bepaalde onderwerpen waar zij zich mee bezig houden.

Doelgroep

Greenpeace heeft lesmaterialen voor scholen en een speciale kids pagina, om kinderen al jong bij Greenpeace te betrekken. Ze zijn aanwezig op grote festivals of evenementen om de jong volwassenen aan te spreken en betrekken mensen persoonlijk bij de landelijke problemen die ze tegen komen. Zo is er een Friese boer

betrokken bij de acties tegen gentech door hem er op te wijzen dat naast zijn land ook een gentech landje was. De boer wist dit niet, en de actie was er juist voor bedoeld om de boeren in te lichten wanneer een gentech veld bij hun land in de buurt was. De boer had hierdoor gelijk een persoonlijke binding met de actie.

Ludieke acties

De ludieke acties van Greenpeace zorgen voor veel media aandacht, hierdoor is Greenpeace vrijwel landelijk bekend. Ook spreekt Greenpeace kinderen aan via hun scholen en is er een sectie op de website en een blad speciaal voor kinderen. Ze houden open- en informatiedagen op hun schepen om mensen voor te lichten. Door gebruik te maken van verschillende social media kanalen (Hyves, Youtube, Twitter) is Greenpeace ook goed vertegenwoordigd op het internet.

Donateurs en vrijwilligers krijgen 4x per jaar het blad van Greenpeace en ook zijn er elektronische nieuwsbrieven, vaak specifiek op één actie gericht.

Donateurs

De hoeveelheid donateurs van Greenpeace is in 2009 minder geworden in vergelijking met 2008, maar er is een hoger bedrag per persoon gedoneerd. Er is meer betrokkenheid bij de organisatie via sociale netwerken en via MyGreenpeace hebben de donateurs meer controle en verantwoordelijkheid over hun eigen gegevens.

Vrijwilligers

Om meer vrijwilligers aan te trekken is Greenpeace een campagne gestart om hun succesverhalen te vertellen, omdat dit mensen er juist toe aan kunnen zetten om zich in te zetten voor een beter milieu. Ook zijn ze vrijwilligers gaan werven voor een specifieke functie, in plaats in het algemeen. Dit zorgt voor meer duidelijkheid naar beide kanten toe, wat prettiger bleek te werken.

Alle vrijwilligers krijgen wekelijks een e-mail met hierin een overzicht van de lopende en openstaande projecten, zodat ze er gemakkelijk van op de hoogte zijn wat er zoal te doen is. Ook zijn er trainingen waarop vrijwilligers zich in campagne thema's kunnen verdiepen.

Tenslotte heeft Greenpeace aanpassingen aangebracht in hun beleidsplan waardoor de straatwerkers meer succes kregen

Conclusies hoe Greenpeace vrijwilligers betreft en mobiliseert:

- Kinderen/jongeren aanspreken om hun al vroeg te betrekken bij de organisatie.
- Locale personen aanspreken die een directe aanleiding hebben om voor de doelen te strijden.
- Media aandacht creëren voor grote bekendheid.

- Vrijwilligers goed op de hoogte houden (door tijdschrift, algemene nieuwsbrief of nieuwsbrief voor specifieke actie) van lopende en openstaande projecten zodat ze gemakkelijker bij kunnen springen.
- Aanwezig zijn op sociale media voor bekendheid op internet.

Enquête

Verspreiding

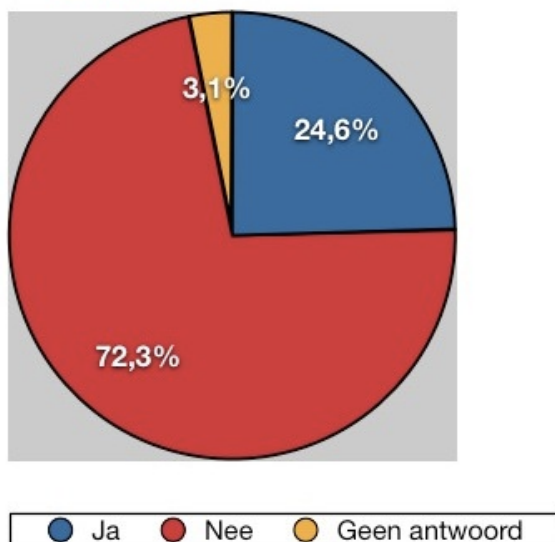
Om meer inzicht in de huidige achterban van Bits of Freedom te krijgen, is er gevraagd of de achterban van Bits of Freedom een enquête in zou willen vullen. Deze enquête is verspreid via de Bits of Freedom website, de RSS feed, Twitter, Facebook, LinkedIn en via de nieuwsbrief.

De gestelde vragen zijn als bijlage toegevoegd aan dit onderzoeksdocument.

Representatief

De enquête is mogelijkwerwijs niet geheel representatief voor de doelgroep. Zo staan er in vergelijking meer mensen op de redactie/ mailinglist, maar blijkt uit de enquête dat de meeste mensen van onze achterban technische kennis hebben. Hieruit zou de conclusie kunnen worden getrokken dat technische mensen gemakkelijker te bereiken zijn en sneller een kleine verzoek vervullen zoals het invullen van de enquête, maar zich niet willen vastleggen in een mailinglist.

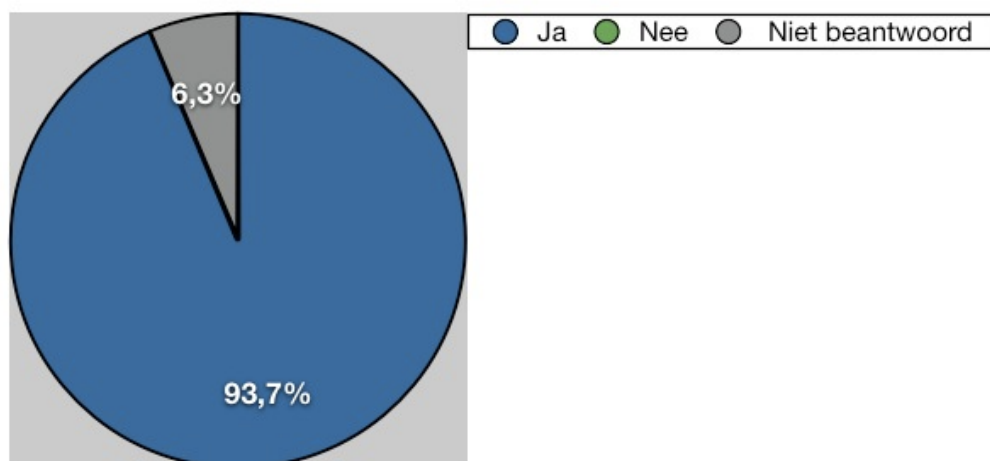
Heb je Bits of Freedom al eens geholpen met een verzoek of project?

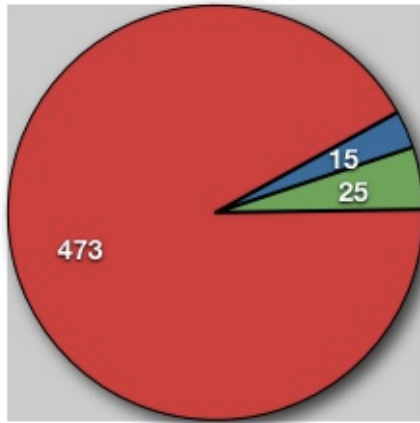


Hulp

Van de mensen die Bits of Freedom wel al eens geholpen hadden, zou 93,6% dit nog eens doen, waarvan vrijwel iedereen omdat ze achter de doelen van Bits of Freedom staan en het prettig vinden mee te helpen aan het behalen van deze doelen. Het feit dat mensen achteraf bedankt worden, wordt als positief ervaren.

Zou je Bits of Freedom nog eens helpen naar aanleiding van je eerdere ervaringen?





Reacties

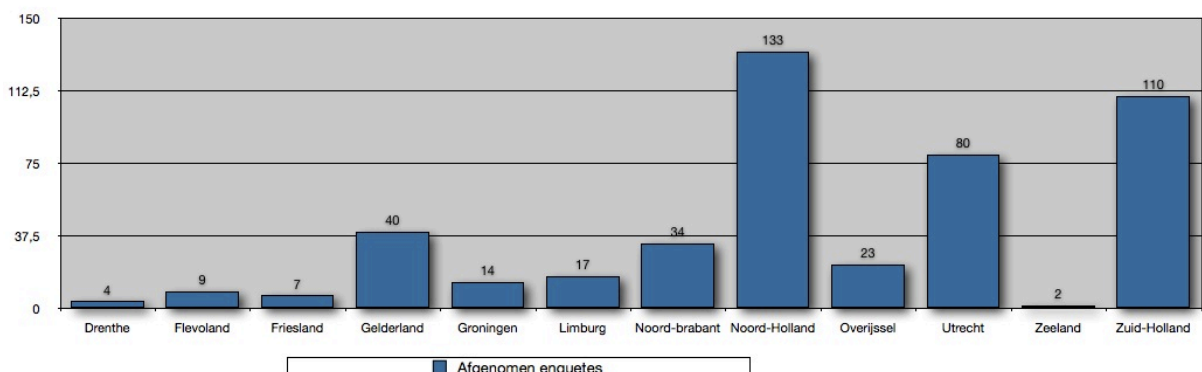
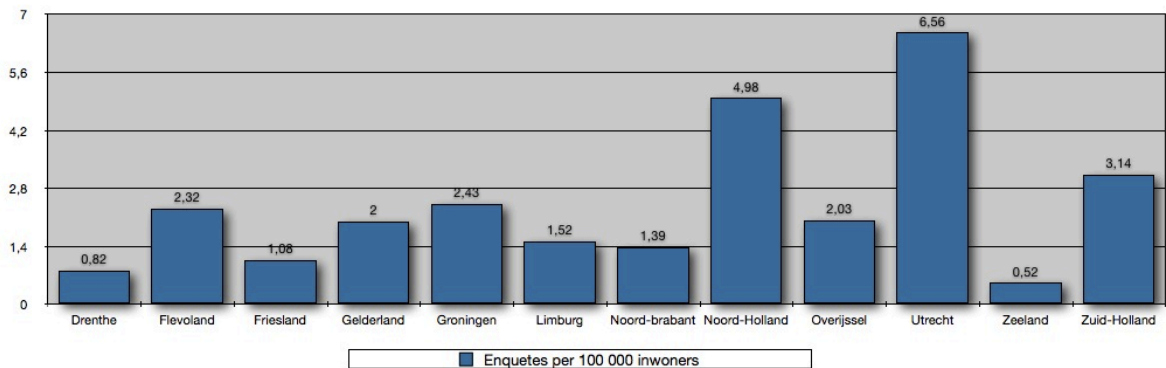
84,99% van de mensen die gereageerd hebben zijn man, 11,50% is vrouw. 3,51% wilde niet zeggen wat zijn/haar geslacht was.

Locatie

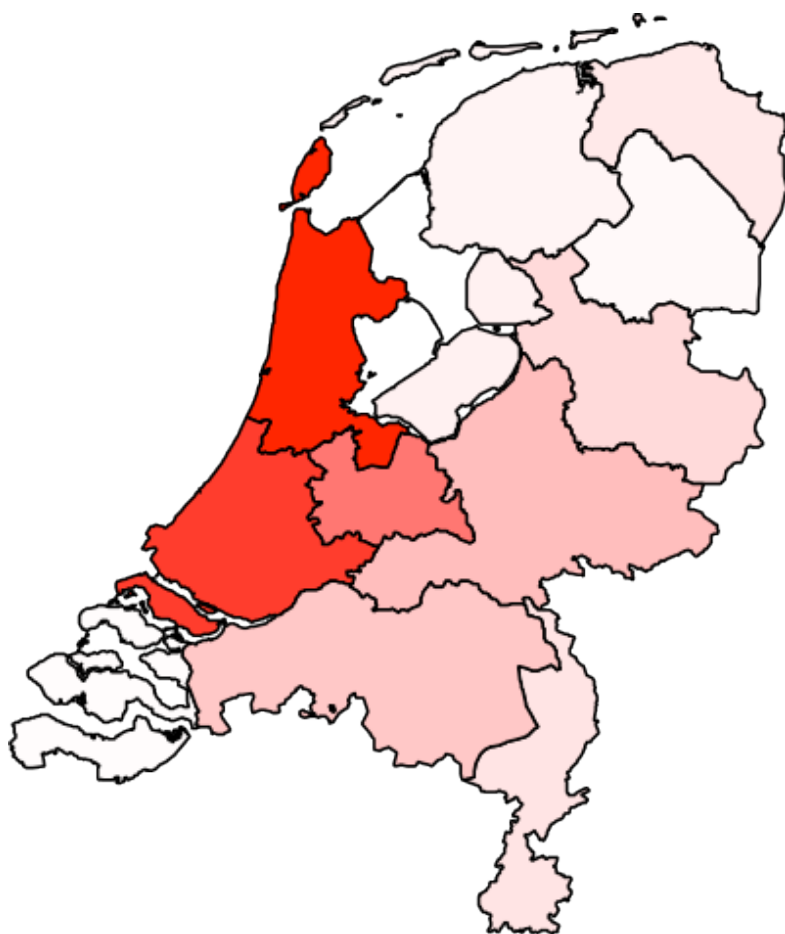
De meeste van de mensen komen uit de randstad (Noord-Holland 25,9%, Zuid-Holland 21,4% en Utrecht 15,6%). Hierna

worden de groepen snel kleiner. Opvallend is dat 4,87% van de mensen op dit moment niet in Nederland woont. 2,73% wilde liever niet zeggen waar ze wonen.

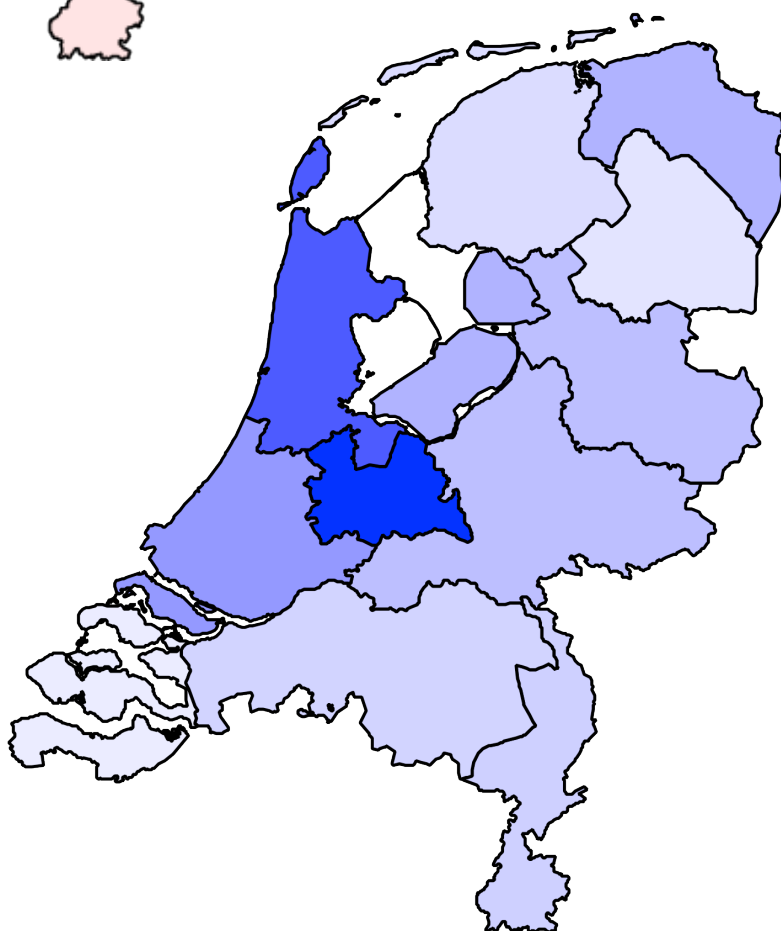
Wanneer deze gegevens uiteen gezet worden tegenover de totale hoeveelheid inwoners van bepaalde provincies, is het resultaat dat, in vergelijking, de meeste mensen uit Utrecht hebben gereageerd. Dit is opvallend omdat Bits of Freedom zich zelf in Amsterdam bevindt. Echter ligt Amsterdam in Noord-Holland, en heeft deze provincie in het noorden natuurlijk erg veel kleinere dorpen waarbij de interesse waarschijnlijk lager is. Deze trend is bijvoorbeeld ook te zien in Zeeland, Friesland en Drenthe, waar de bevolkingsdichtheid ook laag is.



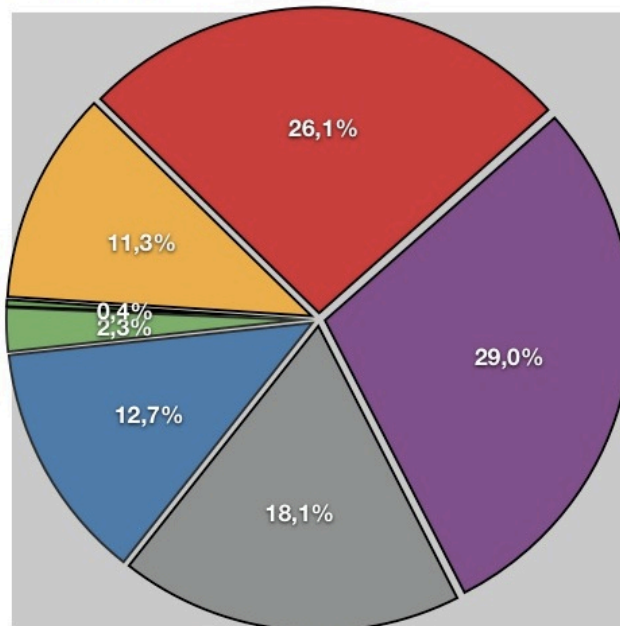
Hoeveelheid reacties per provincie



Hoeveelheid reacties
uiteengezet tegenover de
hoeveelheid inwoners per
provincie



Hoe oud ben je?



Leeftijd

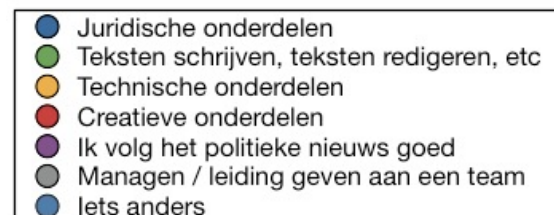
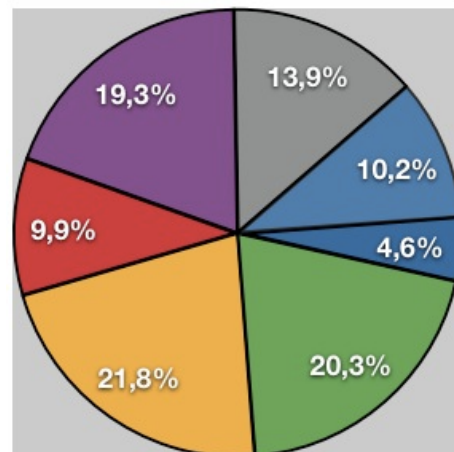
Gemiddeld genomen zijn de meeste mensen die gereageerd hebben tussen de 35-45 jaar oud (29,04%) gevolgd door 25-35 jaar (26,12%), met elkaar vormen de mensen tussen de 25 en 45 jaar dus meer dan de helft van de doelgroep. 30,80% van de mensen is ouder dan 45 jaar en 11,70% jonger dan 25 jaar. 2 personen gaven aan tussen de 14 en 17 jaar te zijn en 12 personen (2,34% van de mensen) zeiden liever niet hoe oud zij zijn.

Vaardigheden

Bijna de helft van alle mensen (213 reacties) geeft aan goed te zijn in technische onderdelen, maar ook mensen die graag teksten schrijven & redigeren en mensen die het politieke nieuws goed volgen zijn veel aanwezig (resp 199 en 198 reacties). Twee veel kleiner vertegenwoordigde groepen zijn de managers en de creatieven. De kleinste groep mensen geeft aan goed te zijn in juridische onderdelen. 100 mensen gaven aan in iets heel anders goed te zijn, waaronder een aantal mensen die in de bouw werken en mensen die werkzaam zijn in de zorg- en communicatie sector.

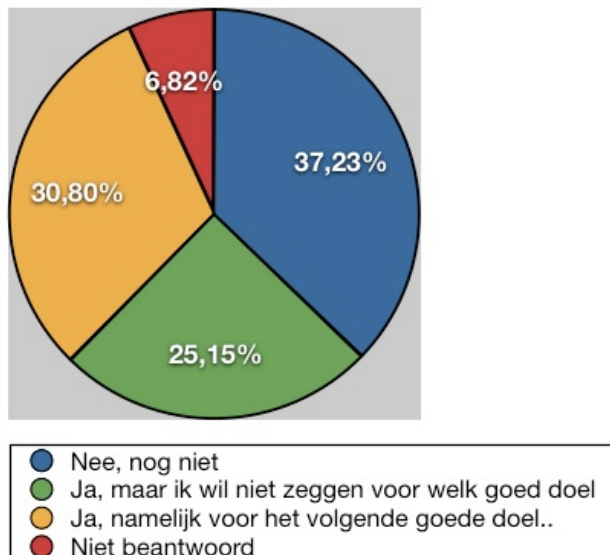
Iedereen die heeft gereageerd mocht bij deze vraag meerdere antwoorden geven, hierdoor is de verdeling van kennis genuanceerder dan deze in eerste instantie lijkt. Wanneer men in eerste instantie

Waar ben je goed in?



naar de aantallen kijkt, zou er namelijk gezegd kunnen worden dat de helft van de achterban van Bits of Freedom technische kennis heeft. Wanneer hier bij in wordt genomen dat mensen meerdere antwoorden aan mochten vinken, wordt dit ongeveer 20%.

**Heb je jouw vaardigheden al eens ingezet om een goed doel, of meerdere goede doelen, in het algemeen te steunen?
(Dus niet alleen Bits of Freedom)**



Goede doelen

Uit de vragen bleek dat 37,23% van de mensen hun vaardigheden nog niet hebben ingezet voor een goed doel. Van de mensen die hun vaardigheden wel hebben ingezet voor een goed doel en dit doel wil vertellen zijn de doelen zeer uiteenlopend. Zo is er een persoon die een christelijke organisatie heeft geholpen, heeft iemand muziekevenementen georganiseerd, is er iemand die bij een kraakbeweging betrokken is geweest, iemand die zich inzet voor Open Source standaarden, iemand die

betrokken is bij een politieke partij en iemand die zich inzet voor zijn sportvereniging

Hulp in de toekomst

De helft van de mensen bij wie de vraag getoond is, heeft aangegeven Bits of Freedom in de toekomst graag te helpen met een verzoek of project. De andere helft heeft geen antwoord gegeven en bij het overgrote merendeel van de mensen mensen is de vraag niet getoond.

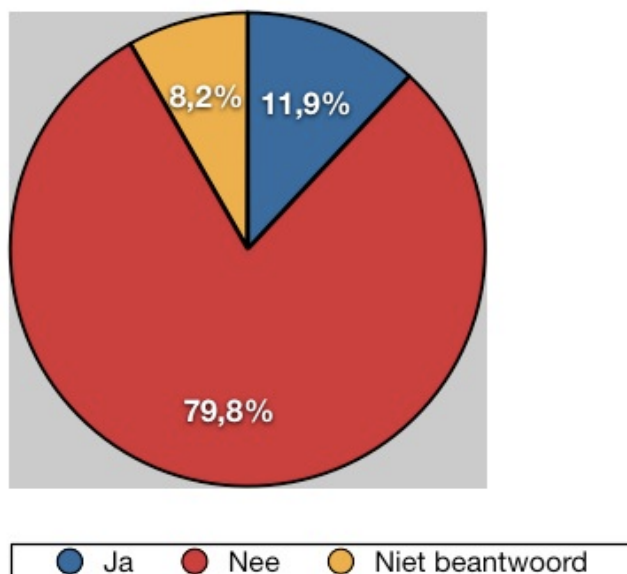
Waarmee helpen

Mensen zouden Bits of Freedom graag op verschillende manieren willen helpen. Een aantal onderwerpen zijn; op verzoek juridische ondersteuning bieden, verhelderende telefoongesprekken voeren, het meelezen van stukken, meedenken over de strategie, technische ondersteuning geven, redactioneel/journalistiek werk, foto's maken en kantoorwerkzaamheden.

Mailinglists

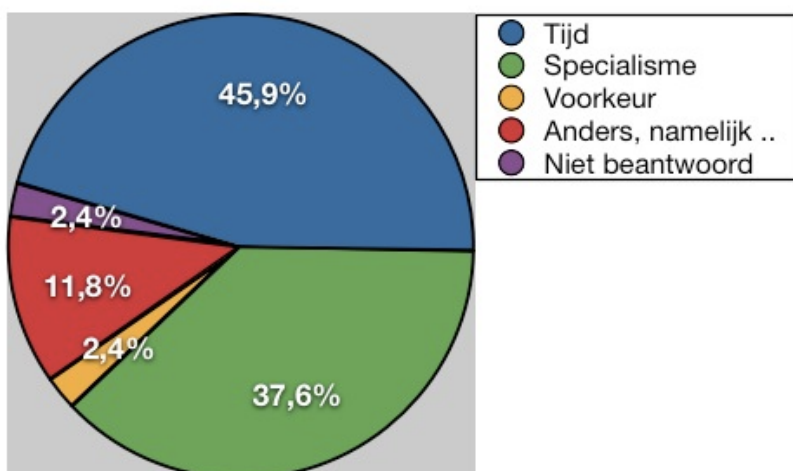
Er staan in totaal 250 mensen op de vrijwilligers e-mail lijsten en bijna 10.000 op de nieuwsbrief lijst. Echter staat maar 11,93% van de mensen die gereageerd heeft al op een mailinglist, wat betekent dat 79,84% de enquête heeft gevonden zonder mailinglist (8,25% van de mensen heeft geen antwoord gegeven). De mensen die zich hebben ingeschreven voor een mailinglist hebben dit over het algemeen gedaan omdat ze achter de doelen van Bits of Freedom staan, graag willen helpen, of gevraagd werden door Ot. Ook staan er mensen op de lijst omdat ze specifieke kennis hebben en deze graag inzetten.

Sta je op 1 (of meerdere) van onze mailinglists voor flexibele vrijwilligers?



Mensen helpen voornamelijk wel of niet mee op basis van tijd (45,88%) of specialisme (37,65%). Voorkeur voor een bepaald onderwerp speelt vrijwel niet mee (2,35%). Als afweging om mee te helpen wordt ook genoemd dat het vaak lijkt alsof anderen er veel meer van weten, of dat de hulpvraag al vervuld is voordat men tijd heeft.

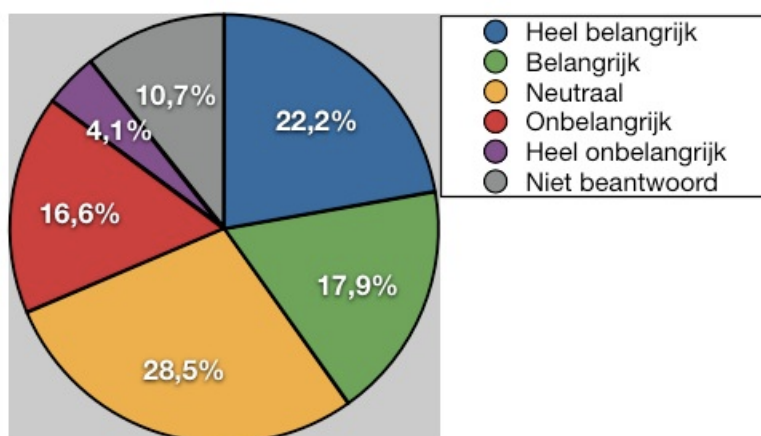
Op basis van welke afwegingen help je wel of niet mee aan een hulpvraag, wanneer we deze versturen via de mailinglist?



Contact

Toen er gevraagd werd of mensen het belangrijk zouden vinden om (meer) contact te hebben met andere vrijwilligers, gaven 201 mensen aan het niet belangrijk te vinden, 144 mensen waren neutraal en 106 mensen vonden het wel belangrijk. 54 mensen hebben geen antwoord gegeven. Dit betekent dat 41,15% (meer) contact met andere vrijwilligers belangrijk vindt.

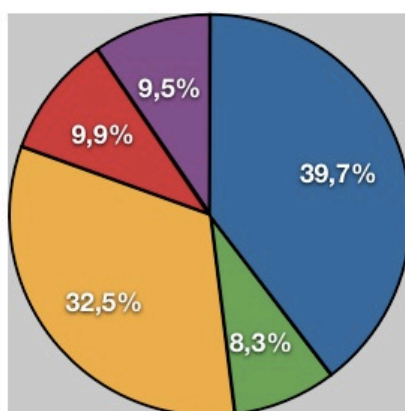
Zou je het belangrijk vinden om (meer) contact te hebben met vrijwilligers van Bits of Freedom?



Redenen

Er is gevraagd hoe de overige vrijwilligers het fijn zouden vinden om dit contact te hebben. Zowel 'op een forum' (27,90%) als 'offline tijdens een bijeenkomst met een interessante spreker' (27,36%) was een veel genoemd antwoord. Offline tijdens een borrel (18,84%) is ook populair, maar 'online in een chat kanaal' en 'offline tijdens een meeting met de mailinglist voor een specifieke doelgroep' zijn veel minder geliefd (resp 13,04% en 13,22%). Mensen willen dit contact voornamelijk om mensen te ontmoeten die net als zij achter de doelen van Bits of Freedom staan (39,68%) of omdat de samenwerking binnen een project beter verloopt met persoonlijk contact (32,54%). Om mijn netwerk te vergroten (8,33%) is een weinig genoemde reden.

Wat is voor jou de voornaamste reden om (meer) contact belangrijk te vinden?

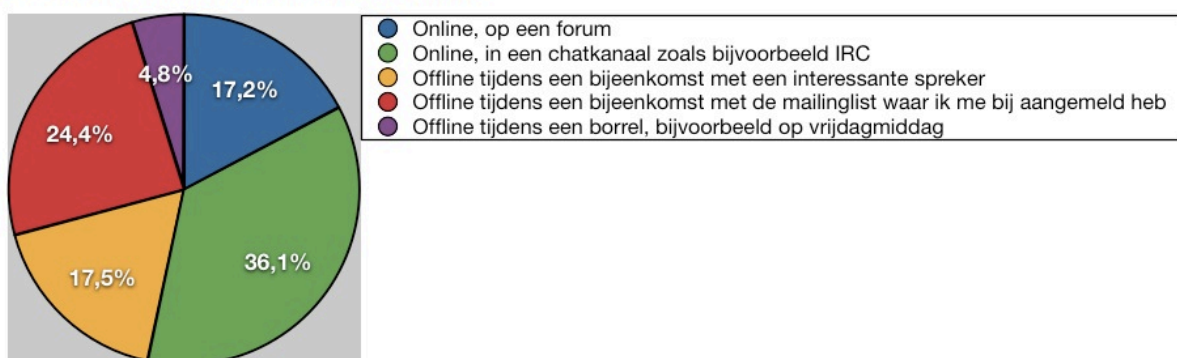


- Om mensen te ontmoeten die, net als ik, achter de doelen staan van Bits of Freedom
- Om mijn netwerk te vergroten
- Omdat de samenwerking tijdens een project beter verloopt als we ook persoonlijk contact hebben
- Iets anders, namelijk..
- Niet beantwoord

Offline contact

Voor 31,75% van de mensen is offline contact belangrijk, voor 35,12% is dit niet belangrijk. 25,79% van de mensen was neutraal. Van de mensen die offline contact belangrijk vinden, vindt het merendeel (42,91%) dat Bits of Freedom hiervoor een evenement zou moeten organiseren. 22,15% vindt dat vrijwilligers dit onderling moeten organiseren en 11,76% vindt wat anders (23,53% gaf geen antwoord). Hiervan komen veel reacties er op neer dat er een samenwerking zou zijn tussen BOF en de vrijwilligers. Bits of Freedom zou dan voor een eerste aanzet zorgen of een forum opzetten waarop een meeting besproken kan worden, maar de vrijwilligers organiseren het verder.

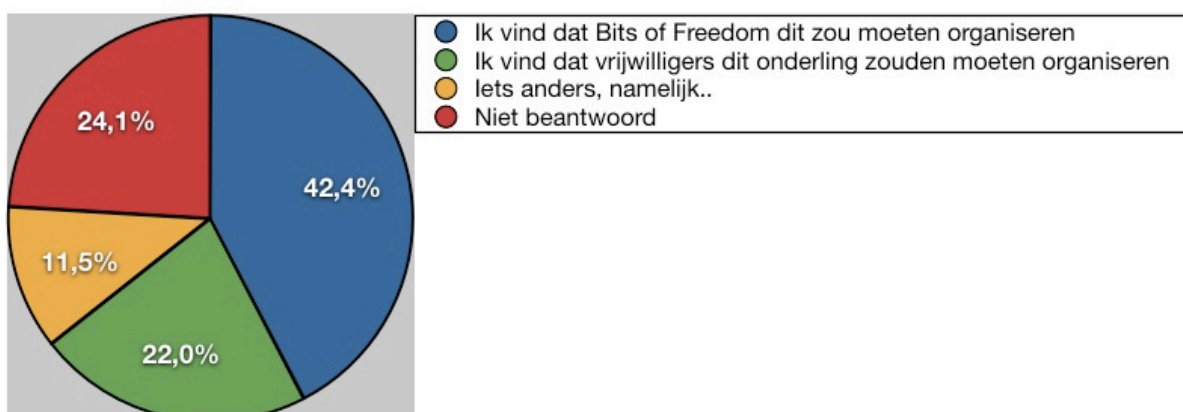
Hoe zou je het fijn vinden om dit contact te hebben?



Evenementen

Wanneer er gevraagd wordt welke evenementen mensen vinden dat Bits of Freedom moet organiseren gaat dit voornamelijk om lezingen (20,20%). Ook Meetings om informatie uit te wisselen of samen aan een project te werken, en een symposium of congres staan hoog op de lijst (16,16% en 15,15%). Andere opties, zoals een discussieavond, een festival en een vaste bijeenkomst zijn minder geliefd. 6,06% van de mensen maakte het niet uit.

Vind je dat Bits of Freedom bepaalde events zou moeten organiseren waarop contact met (andere) vrijwilligers mogelijk is?



Conclusie enquête

Hulp

Mensen helpen Bits of Freedom graag, maar de manieren waarop mensen nu gevraagd worden te helpen werken niet voldoende. De feedback die Bits of Freedom haar vrijwilligers nu geeft, wordt als prettig ervaren. Dus moet er vooral zo doorgegaan worden.

Locatie

Het grootste gedeelte van de achterban woont in de randstad, is mannelijk en tussen de 25 en 45 jaar. Wanneer Bits of Freedom een groter publiek zou willen bereiken zou zij zich kunnen focussen op de groepen die hier buiten vallen, zoals jongeren, vrouwen en mensen die in provincies buiten de randstad wonen. Mensen blijven Bits of Freedom (of Nederland in het algemeen) ook trouw wanneer zij naar het buitenland verhuizen.

Vaardigheden

Veel vrijwilligers zijn vaardig in meerdere onderdelen. Bits of Freedom heeft een grote technische en achterban en onze achterban is sterk betrokken bij de politiek. Op dit moment maakt Bits of Freedom nog geen gebruik van de vaardigheden van haar vrijwilligers die afwijken van de meest voor de hand liggende. Hier liggen waarschijnlijk grote mogelijkheden wanneer ze wel nodig zijn. Wanneer vrijwilligers gevraagd worden waarmee ze Bits of Freedom zouden willen helpen hebben zij hier soms een erg specifieke omschrijving van, dit zou gebruikt kunnen worden bij de verdeling van taken, zoals kantoorwerk, publiekelijk werk en technisch werk.

Mailinglists

Veel vrijwilligers zijn vaardig in meerdere onderdelen. Weinig mensen hebben op de enquête gereageerd via de mailinglists, terwijl ze aangeven Bits of Freedom graag te willen helpen. Dit betekent dat er veel potentiële hulp is, maar dat dit niet intern ergens geregistreerd staat. Wanneer mensen op de mailinglist een vraag ontvangen is het voornamelijk afhankelijk van tijd of ze deze vraag beantwoorden. Ook hangt het er van af of de vraag binnen hun specialisatiegebied valt. Voorkeur voor een bepaald onderwerp is voor weinig mensen van belang.

Contact

Mensen vinden (meer) contact met vrijwilligers belangrijk. Hierbij is het aantal mensen dat offline contact wil ongeveer even groot als het aantal mensen dat online

contact wil. Het contact is voornamelijk gewenst om gelijkdenkenden te ontmoeten. Online zou een forum een goede plaats zijn. Offline gaat de voorkeur uit naar een bijeenkomst waarop informatie uitgewisseld wordt. Dit kan zowel tussen vrijwilligers onderling als tussen een specialist en zijn publiek zijn.

Conclusie interviews Bits of Freedom medewerkers

Werk uitbesteden

Wanneer vrij algemeen werk uit handen kan worden gegeven is dit zeer voordelig voor Bits of Freedom. De vrijwilligers hebben hierbij weinig uitleg nodig, maar er wordt wel meer tijdswinst geboekt voor de Bits of Freedom medewerkers. Specifieker werk vraagt om meer aandacht. Ze zullen de sympathisanten beter gebrieft en begeleid moeten worden tijdens het werk. Wanneer zij echter goed ingewerkt zijn kan Bits of Freedom veel meer werk verzetten dan zonder hen.

Beweging

Bits of Freedom zou het liefst een organisatie worden waarbij de vrijwilligers vrijwel al het werk uit handen nemen zodat zij écht een beweging wordt. Echter ziet zij in dat dit niet 100% mogelijk is. Een algemene sturing zorgt voor een betere samenhang van projecten, een duidelijke boodschap naar buiten en de continuïteit van het werk.

Vrijwilligersbestand

Het vrijwilligersbestand zou op dit moment wat beter bijgehouden kunnen worden, zodat de continuïteit van het vrijwilligerswerk behouden blijft en de medewerkers van Bits of Freedom meer tijd over hebben, en/of er meer werk verzet wordt. Wanneer vrijwilligers veel geholpen hebben zou Bits of Freedom hen nog wat vaker kunnen bedanken.

Sollicitaties

Om de kwaliteit van het vrijwilligerswerk hoog te houden zou er een sollicitatieprocedure kunnen zijn voordat de vrijwilligers bepaald werk toegewezen krijgen. Ook zouden er voor bepaalde projecten specifieke vrijwilligers gevraagd kunnen worden.

Vrijwilligers

Op dit moment worden hulpvragen vaak gesteld via de Twitter en de mailinglijsten. Ook worden specifieke vrijwilligers gebeld voor een specifieke vraag. Wanneer de vrijwilligers een project hebben opgepakt wordt er geregeld contact opgenomen om te vragen hoe alles gaat. Mocht een vrijwilliger besluiten niet meer te willen helpen, dan wordt er een afrondend gesprek gevoerd.

Contact

De medewerkers van Bits of Freedom zijn het er mee eens dat meer offline contact met de achterban gewenst is. Een idee zou zijn om eens een borrel, of iets

vergelijkbaars, te organiseren. Ook online contact is erg belangrijk, al wordt er over een nieuw online communicatiekanaal onder de vlag van Bits of Freedom, zoals een forum, getwijfeld. Het kan namelijk naar buiten komen dat de mening van het kanaal, de mening van Bits of Freedom is. Dit moet voorkomen worden.

Terugkoppeling op de onderzoeksvraag

Hoofdvraag

Hoe kan Bits of Freedom er voor zorgen dat haar sympathisanten een maximale bijdrage leveren aan het behalen van de doelen van Bits of Freedom?

Deelvragen

1. Op welke manier en waarom leveren sympathisanten op dit moment een bijdrage aan de doelen van Bits of Freedom?

Manieren:

- *Het beantwoorden van vragen via social media en de mailinglijsten*
- *Het voldoen van verzoeken, zoals het omzetten van filmpjes, via social media en de mailinglijsten*
- *Het updaten van de Delicious account*
- *De naamsbekendheid van Bits of Freedom vergoten*
- *Meehelpen om bepaalde projecten te realiseren*

Waarom:

- *Omdat zij achter de doelen van Bits of Freedom staan, goed contact hebben met de medewerkers en de initiatieven graag steunen.*

2. Op welke manieren zouden sympathisanten een bijdrage kunnen leveren aan de doelen van Bits of Freedom?

- *Het beantwoorden van vragen via social media en de mailinglijsten*
- *Het voldoen van verzoeken, zoals het omzetten van filmpjes, via social media en de mailinglijsten*
- *Het updaten van de Delicious account*
- *De naamsbekendheid van Bits of Freedom vergoten*
- *Meehelpen om bepaalde projecten te realiseren*
- *Het bijhouden van Twitter, Facebook en LinkedIn*
- *Blogposts schrijven*
- *Evenementen organiseren*
- *De technische infrastructuur verzorgen*
- *Lezingen geven*
- *Het lezen van een stuk, of kijken van een documentaire, en een samenvatting aan Bits of Freedom geven*
- *Het maken van gidsen, zoals Webwijs*
- *Fondsen werving*

3. Wat kan Bits of Freedom doen om te zorgen dat sympathisanten een verdergaande bijdrage leveren dan zij nu leveren?

- *Haar vrijwilligersbestand goed bijhouden*
- *Een duidelijke omschrijving en afbakening van de taak maken voordat de vrijwilliger er aan begint*
- *Vrijwilligers vooraf goed screenen op toegevoegde waarde*
- *Haar vrijwilligersbestand uitbreiden door zich op de groepen van de samenleving te richten die nog niet aangesproken worden*
- *Onderlinge community opbouw onder de sympathisanten bevorderen door middel van een evenement, of online mogelijkheid creëren.*

Hoofddoelstelling

Een advies schrijven waarin uiteen wordt gezet hoe de sympathisanten van Bits of Freedom beter kunnen worden gemotiveerd om bij te dragen aan de om de doelen van Bits of Freedom.

Deeldoelstellingen

1. *Inzicht krijgen in de huidige werkzaamheden die sympathisanten op dit moment doen en inzicht krijgen in de huidige redenen van sympathisanten om een bijdragen te leveren aan het behalen van de doelen van Bits of Freedom.*
2. *Inzicht krijgen in de verschillende werkzaamheden die sympathisanten zouden kunnen uitvoeren om de doelen van Bits of Freedom te behalen.*
3. *Een plan opstellen om sympathisanten effectiever in te zetten om zo de doelen van Bits of Freedom te behalen.*

Advies

Wanneer Bits of Freedom haar sympathisanten een maximale bijdrage wil laten leveren aan het behalen van de doelen van Bits of Freedom doet zij er goed aan om allereerst haar vrijwilligersbestand goed te onderhouden. Dat houdt in dat zij een overzicht heeft van welke vrijwilliger haar wil helpen, wat deze vrijwilliger kan, waar deze vrijwilliger mee zou willen helpen en hoe deze vrijwilliger dit graag zou willen doen. Voordat een vrijwilliger aangenomen wordt, moet er goed gekeken worden naar welke specifieke taak Bits of Freedom graag op de vrijwilliger zou willen overdragen. Uiteraard moet er, vooraf, duidelijk gemaakt worden aan de vrijwilliger wat er van de vrijwilliger verwacht wordt. Vervolgens wordt de vrijwilliger geselecteerd die het beste bij de taak lijkt te passen. Tijdens de samenwerking wordt er geregeld contact onderhouden, zowel via elektronische communicatiewegen als persoonlijk contact. De vrijwilliger zou bijvoorbeeld een bepaalde tijd op kantoor kunnen werken.

Mocht een vrijwilliger (tijdelijk) minder tijd hebben dan zou deze vrijwilliger vervangen kunnen worden door een andere vrijwilliger, om zo de continuïteit van het werk te behouden. Optimaal zouden er meerdere vrijwilligers naast elkaar werken, zodat bij uitval het overige werk opgevangen kan worden.

Wanneer Bits of Freedom haar achterban wil vergroten dan zou zij zich kunnen toespitsen op regio's buiten de randstad, vrouwen en jongeren. Zij zou dit ook kunnen doen door de achterban tot een community om te vormen. Hierdoor zouden projecten waarschijnlijk ook gemakkelijker verlopen. Zij zou evenementen kunnen organiseren zodat de verschillende vrijwilligers elkaar ontmoeten, of een online mogelijkheid kunnen creëren zodat vrijwilligers elkaar online, en eventueel laagdrempeliger, kunnen spreken.

Doordat haar achterban vergroot zal worden zal Bits of Freedom de keuze hebben uit meer vrijwilligers, en een grotere verscheidenheid aan vrijwilligers. Hierdoor zal zij gevarieerder werk uit handen kunnen geven.

Bronnen

- Jaarverslag Amnesty Nederland
- Jaarverslag Greenpeace
- Jaarverslag EO
- Jaarverslag 1%CLUB
- www.bof.nl
- www.laquadrature.net
- www.greenpeace.nl
- [www.Amnesty Nederland.nl](http://www.Amnesty.Nederland.nl)
- www.eo.nl
- www.1procentclub.nl
- www.doenersnet.nl
- twitter.com/bitsoffreedom
- <https://www.Facebook.com/BitsofFreedom>
- <http://www.delicious.com/bitsoffreedom/>
- [#bitsoffreedom op irc.freenode.nl](https://bitsoffreedom.op irc.freenode.nl)
- https://secure.wikimedia.org/wikipedia/nl/wiki/Bits_of_freedom
- www.bof.nl/enquête
- <http://www.clker.com/inc/svgedit/svg-editor.html?paramurl=/inc/clean.html?id=14922>
- https://secure.wikimedia.org/wikipedia/commons/wiki/Atlas_of_the_Netherlands
- De antwoorden van de enquête in de “lime_old_survey_65392_20101126175918” tabel op de server van Bits of Freedom