

HOE WERK JE ALS MDT-ORGANISATIE EFFECTIEF SAMEN MET BEDRIJVEN?

Bedrijven kunnen jouw MDT-project versterken en interessanter maken voor jongeren. Ook draagt samenwerking met het bedrijfsleven bij aan een duurzame toekomst van jouw MDT-project door het diversifiëren van financieringsbronnen. Dit verkleint de financiële risico's en voorkomt dat je afhankelijk wordt van één financier. Deze leidraad geeft richting aan hoe jij als MDT-organisatie de samenwerking met bedrijven kunt oppakken en versterken.

WAT ZIJN DE VOORDELEN VAN SAMENWERKEN MET BEDRIJVEN?

De samenwerking tussen MDT-organisaties en bedrijven biedt veel kansen. Die samenwerking kan op twee manieren waardevol zijn:

1.

Inhoudelijk

Bedrijven kunnen de kwaliteit van jouw programma versterken en daardoor kun je jongeren nog meer bieden. Ze doen dit bijvoorbeeld door workshops of coaching aan te bieden, een bezoek aan het bedrijf of een gezamenlijk project voor de buurt. Zo krijgen jongeren de kans om met het bedrijfsleven ervaringen op te doen, hun passies te ontdekken en nieuwe vaardigheden te leren. Voor bedrijven is het een manier om iets terug te doen voor de samenleving. Het is dus een win-winsituatie.

Steeds meer grote bedrijven willen hun zakelijke doelen combineren met maatschappelijke impact. Kleinere bedrijven hebben vaak een sterke band met de buurt of regio. Daardoor sluiten zij makkelijk aan bij maatschappelijke initiatieven. Het is daarom slim om te onderzoeken welke bedrijven goed passen bij jouw initiatief, en wat de deelnemende jongeren het bedrijf kunnen bieden.

2.

Financieel

Steeds meer bedrijven steunen maatschappelijke projecten. Ze doen dit bijvoorbeeld vanuit hun beleid op maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) of om invulling te geven aan hun Social Return on Investment (SROI). Hierover verderop meer.

“De bedrijven met wie wij samenwerken weten inmiddels niet meer alleen wat jongeren nodig hebben, maar ook wat de jongeren te bieden hebben.”

– Vanja Ivanisevic
(MDT Time of Your Life)

1.

**ZORG VOOR
EEN HELDER
VERTREK-
PUNT**



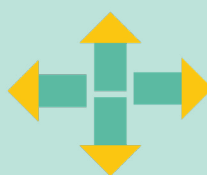
2.

**WEET WAT
JOUW VER-
HAAL IS**



3.

**WIE WIL JE
BENADEREN
- EN
WAAROM?**



4.

**WEES
CONCREET
OVER WAT
JE ZOEKT EN
WAT JE KAN
BIEDEN**



5.

**INVESTEER IN
EEN RELATIE
OP DE LANGE
TERMIJN**



WAT MAAKT JOUW MDT-PROJECT INTERESSANT VOOR BEDRIJVEN?

Als je met een bedrijf in gesprek gaat, is het belangrijk dat je helder en concreet kunt uitleggen wat MDT is en wat samenwerken met jouw MDT-project hén kan opleveren. Ook wat het hen kost en van ze vraagt. Hier zijn drie belangrijke voordelen:

Toegang tot talentvolle jongeren

(als toekomstige medewerkers): Via MDT kunnen bedrijven kennismaken met gemotiveerde jongeren. Tijdens een kennismaking met een bedrijf kunnen jongeren hun talenten ontdekken en worden ze enthousiast voor een beroep of sector waar nu veel mensen nodig zijn. MDT kan zo een eerste stap zijn richting toekomstige medewerkers. Zie de ervaringen van [Maria \(15\)](#) en [Amira \(15\)](#), [Kyara \(19\)](#) in de horeca en [Betty \(17\)](#) in de zorg.

Frisse ideeën en nieuwe energie

Jongeren brengen een nieuwe blik, kennis, creativiteit en enthousiasme mee. Dit kan huidige medewerkers inspireren en zorgen voor vernieuwing binnen het bedrijf. Medewerkers ontwikkelen zelf ook nieuwe vaardigheden door mee te doen aan een MDT-project, bijvoorbeeld in het begeleiden van jongeren of het geven van workshops. Daarnaast geldt: goed doen maakt gelukkig. Vrijwilligerswerk geeft werknemers van bedrijven vaak een gevoel van zingeving, plezier en trots.

Zichtbare maatschappelijke betrokkenheid

Door samen te werken met MDT laat een bedrijf zien dat het maatschappelijk betrokken is. Dit sluit vaak goed aan bij de doelen en communicatiestrategie van bedrijven. Vooral mkb-bedrijven zien de waarde van een bijdrage leveren aan hun lokale omgeving. Ze helpen mee aan een positieve toekomst en dat kunnen zij ook laten zien aan klanten en partners.

Voor meer informatie over wat MDT bedrijven kan bieden op het gebied van medewerkersvrijwilligerswerk, zie de [Good Busy-resource](#) van Vereniging Nederlandse Organisaties Vrijwilligerswerk (Vereniging NOV).

WELKE ROL KAN EEN BEDRIJF IN JOUW PROJECT SPELEN?

A. HOE EEN BEDRIJF KAN BIJDAGEN

Er zijn verschillende manieren waarop een MDT-organisatie en een bedrijf kunnen samenwerken. Hieronder staat een aantal voorbeelden uit de praktijk.

In-cash

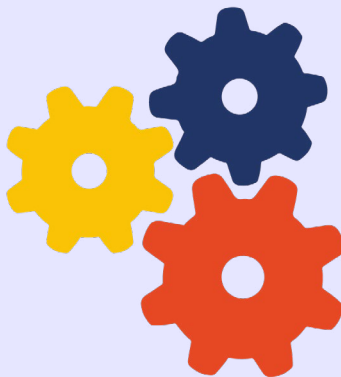
Het bedrijf geeft een geldbedrag aan het MDT-project. Dit kan een gift zijn of een sponsorbijdrage. Bij een gift is er sprake van vrijgevigheid, zonder tegenprestatie. Als de MDT-organisatie een ANBI- of SBBI-status heeft, kan het bedrijf deze gift onder voorwaarden aftrekken van de winst. Bij sponsoring levert het bedrijf geld in ruil voor iets terug, zoals naamsvermelding. Omdat dit een tegenprestatie is, geldt er meestal btw over het sponsorbedrag.

In-kind (ofwel in-natura)

Het bedrijf draagt niet financieel bij, maar helpt op andere manieren — bijvoorbeeld met tijd, materialen of het beschikbaar stellen van ruimtes. (Zie onderdeel B voor voorbeelden.)

Invulling Social Return On Investment

Als bedrijven een grote opdracht uitvoeren voor een (lokale) overheidsinstantie, woningcorporatie of universiteit, hebben zij een SROI-opgave. Soms kan een MDT-project helpen met de invulling van hun SROI-opgave. Lees hierover meer in de leidraad SROI van MDT.



¹ Impact Economy Foundation. CSRD stimuleert bedrijven in Nederland om te sturen op impact. Geraadpleegd via <https://impacteconomyfoundation.org/csrd-stimuleert-bedrijven-in-nederland-om-te-sturen-op-impact/> Deloitte. Beyond Environmental Impact: The Case of Social in ESG. Geraadpleegd via <https://www.deloitte.com/nl/nl/issues/climate/beyond-environmental-impact-the-case-of-social-in-esg.html>

B. VOORBEELDEN VAN IN-KIND BIJDRAGEN DOOR BEDRIJVEN

Delen van kennis

Jongeren doen kennis op bij het bedrijf via experts. Dat kan bijvoorbeeld door een mentor-traject, coaching, een gerichte training, een gastpsreker of een workshop. Een voorbeeld hiervan is de samenwerking tussen SWOM en Leeuwendaal.

Er zijn nog veel andere manieren waarop een bedrijf een in-kind bijdrage kan leveren, zoals het beschikbaar stellen van ruimtes. Ga in gesprek met jouw regiofacilitator of andere MDT-projecten om te ontdekken wat er nog meer mogelijk is.

Begeleiding van activiteit, project of jongere

Hier kan een bedrijf meehelpen bij het organiseren van een bedrijfsbezoek of een activiteit zoals een hackathon, zodat jongeren kennismaken met het bedrijf. Een voorbeeld hiervan zijn de bedrijfsbezoeken van Friesland MDT Zoek het uit! Die elke twee weken plaatsvinden. Bijvoorbeeld aan de Dille & Kamille in Leeuwarden. Ook kunnen medewerkers een jongere begeleiden, zoals het geval was in de samenwerking tussen ABN AMRO en MDT School des Levens in Den Bosch.

Het bedrijf als Doe-plek

Jongeren kunnen werkervaring opdoen in een bedrijf. Zo maken ze kennis met de beroepspraktijk en leren ze nieuwe vaardigheden. Dat kan bijvoorbeeld bij MDT Time of Your Life. Let op: een MDT-traject is géén stage. Daarom is het belangrijk om vooraf duidelijke afspraken te maken over de rol van de jongere, de begeleiding en de verwachtingen. Als een activiteit alleen gericht is op de ontwikkeling van de jongere, dan is dat geen invulling van de pijler 'iets doen voor een ander'. Kijk daarom ook creatief naar hoe een activiteit of Doe-plek daar aan kan voldoen.

STAPPENPLAN VOOR EFFECTIEVE SAMENWERKING

1. ZORG VOOR EEN HELDER VERTREKPUNT

Voordat je contact zoekt met bedrijven, is het belangrijk om te weten waarom je dat wilt. Zo kan je beter uitleggen wat je zoekt en creëer je draagvlak binnen zowel de MDT-organisatie als het bedrijf.

Denk vanuit de jongeren

De samenwerking moet vooral iets opleveren voor de jongeren. Wat hebben zij nodig? Wat willen zij leren of meemaken? Begin dus niet met de vraag: "Welk bedrijf wil met ons meedoen?", maar met: "Wat past bij onze jongeren?" Ga hierover ook in gesprek met de jongeren die deelnemen aan jouw MDT-project. Als jongeren hier nog geen duidelijk beeld van hebben, kan een eerste kennismaking met een bedrijf waardevol zijn om hier een beter beeld van te krijgen.

Denk vanuit het bedrijf

Weet dat bedrijven vooral bezig zijn met hun eigen werk, het maken van winst en het verbeteren van hun producten of diensten. Als een bedrijf tijd vrijmaakt voor jou, is dat waardevol. Zorg er dus voor dat je deze tijd goed gebruikt. Wees niet meteen teleurgesteld als een bedrijf niet positief reageert. Je weet niet wat er op dat moment speelt binnen het bedrijf. Bedank altijd voor het gesprek of contact en vraag of je op een later moment nog eens contact mag opnemen.

Maak tijd en ruimte binnen jouw MDT-organisatie

Samenwerken met bedrijven kost tijd. Je moet relaties opbouwen, vertrouwen winnen en samen ontdekken wat mogelijk is. Niet iedereen binnen je organisatie is misschien meteen enthousiast over samenwerking met bedrijven. Soms is er twijfel of zijn er zorgen over belangen of onafhankelijkheid. Praat hier van tevoren samen over: waarom willen jullie dit, en onder welke voorwaarden past het bij jullie missie? Als jullie als team duidelijk weten waar jullie voor staan, kun je ook naar buiten toe een helder en gedragen verhaal vertellen. Willen jullie hier echt voor gaan? Zorg dan dat het team hiervoor de ruimte krijgt en dat er steun is vanuit de organisatie. Alleen dan kan er een duurzame samenwerking ontstaan.

"Het belangrijkste is om te weten waarom je het doet - en dat is als jongeren het nodig hebben. Als je een bepaalde behoefte proeft dan is het aan ons om de behoefte te activeren."

– Vanja Ivanisevic (MDT Time of Your Life)



2. WEET WAT JOUW VERHAAL IS

Voordat je een bedrijf benadert, is het belangrijk dat je duidelijk kunt vertellen wat je doet, waarom je dat doet en welke impact je maakt. Een helder en krachtig verhaal maakt het makkelijker om anderen te betrekken.

Wat is jouw missie en impact?

Leg kort en duidelijk uit wat jouw MDT-project bijdraagt. Wat leren jongeren? Wat levert het op voor de samenleving? Wat maakt jouw aanpak bijzonder? Probeer dit in eenvoudige taal te zeggen, zodat het ook buitenstaanders aanspreekt. Denk erover na om een pitch-deck of een vast sjabloon te gebruiken. Het is effectief om je impact visueel te laten zien in een one-pager. Dat wekt vertrouwen én bedrijven nemen vaak niet de tijd om lange teksten te lezen.

Laat zien dat je onderdeel bent van iets groters

Vertel met wie je al samenwerkt, zoals een gemeente, fonds of andere maatschappelijke organisatie. Dit geeft vertrouwen: je staat er niet alleen voor. Voor bedrijven is het aantrekkelijk om mee te doen aan een groter geheel. Zo worden ze onderdeel van een netwerk dat samen werkt aan maatschappelijke doelen. Dat voelt krachtiger dan één-op-één samenwerking.

Zoeken naar gedeelde belangen

Het gaat niet alleen om de impact die jij als maatschappelijke organisatie wilt maken; ook bedrijven hebben er belang bij om impact te realiseren. Denk na over hoe jullie deze doelen kunnen verbinden om samen meer impact te bereiken. Neem dit mee in je verhaal richting bedrijven.



3. WIE WIL JE BENADEREN - EN WAAROM?

Niet elk bedrijf is een goede match. Denk daarom goed na wie je wilt benaderen en wat een samenwerking voor beide partijen kan opleveren. Begin klein en dichtbij. Hier zijn een paar slimme plekken om te starten:

A. Kijk binnen je eigen netwerk

Soms zit de juiste match dichtbij dan je denkt. Vraag in je team, bestuur of vrijwilligerskring of iemand een passend bedrijf kent dat openstaat voor samenwerking.

B. Gebruik bestaande netwerken van maatschappelijk betrokken bedrijven

Kijk bijvoorbeeld bij initiatieven als Good Busy, Katapult, of organisaties die al samenwerken met jongeren of welzijnsprojecten. Deze bedrijven zijn vaak gewend om hun deuren open te stellen.

Wie je het beste kunt benaderen binnen een bedrijf, hangt af van de situatie. Dat kan bijvoorbeeld de MVO-afdeling zijn, iemand vanuit de foundation (als het bedrijf die heeft), iemand van HR of werving, een strategisch adviseur of een lid van het managementteam.

C. Vraag de jongeren

Laat jongeren vooral zelf aangeven met welke bedrijven zij graag in contact willen komen en waarom juist dat specifieke bedrijf hen aantrekt.

D. Sluit aan bij evenementen

Sluit aan bij landelijke acties waar ook bedrijven aan meedoen, zoals NLdoet of Giving Tuesday. Daarnaast zijn er lokale initiatieven, zoals De Slinger in Hengelo. Ook kun je contact leggen via de landelijke netwerken van de Nederlandse Uitdaging, de Rotary, en Lions Club, welke op veel plekken in Nederland lokale connecties hebben. Zo kom je in contact met bedrijven die al maatschappelijk betrokken zijn.

E. Begin lokaal of regionaal

Zoek bedrijven in de buurt van waar de jongeren wonen of actief zijn. Dat maakt het makkelijker om contact te houden en samen iets op te bouwen voor de lange termijn. Veel bedrijven zijn namelijk lokaal of regionaal georiënteerd.

F. Zoek naar een echte win-win

Richt je op bedrijven die ook echt iets aan MDT kunnen hebben. Denk aan sectoren met personeelstekort, zoals zorg, techniek of onderwijs. Een samenwerking met MDT kan hen helpen om jongeren te vinden en enthousiast te maken voor hun vak.

Vlieg het aan in samenwerking met het onderwijs

Werk je in jouw MDT-project ook met onderwijsinstellingen? Kijk of zij ook mee willen werken. Met de Wet van school naar duurzaam werk (in juli 2025 aangenomen door de Eerste Kamer) gaan scholen meer aan de slag met loopbaanbegeleiding voor jongeren met een afstand tot de arbeidsmarkt. Jouw MDT-project kan daar in samenwerking met bedrijven een mooie invulling voor zijn.



4. WEES CONCREET OVER WAT JE ZOEKT EN WAT JE KAN BIEDEN

Als je een bedrijf benadert, is het belangrijk dat je precies weet wat je nodig hebt, hoe je hen kan ondersteunen, wat je wilt bereiken en waarom het voor hen interessant is. Zo vergroot je de kans op een succesvolle samenwerking.

Weet wat je vraagt

Heb je een bedrijf nodig voor een specifieke plek voor jongeren? Voor praktische hulp (zoals locatie, materiaal of begeleiding)? Of voor een financiële bijdrage? Denk ook na over de duur en vorm van de samenwerking en de schaalgrootte. Weet zeker dat je waar kan maken wat je afspreekt.

Zoek een passende activiteit

Kijk wat goed past bij het bedrijf én bij jouw jongeren. Denk aan een MDT-plaatsing, een bedrijfsbezoek, een workshop of bijvoorbeeld hulp bij het organiseren van een evenement. Zorg dat het aansluit bij de drie pijlers van MDT (maatschappelijke bijdrage, talentontwikkeling en ontmoeting).

“Bedrijven horen graag wat je van ze verwacht, want dan kunnen ze inschatten of ze daaraan kunnen voldoen. Je hoeft dat niet in het eerste gesprek al tot in de puntjes uitgewerkt te hebben. Grote kans dat je niet direct de juiste snaar raakt. Gebruik het eerste gesprek om van het bedrijf te horen waar zij tegenaanlopen en waar ze behoefte aan hebben en kijk dan samen waar de behoeftes en plannen samenkomen. Gebruik deze inzichten om het voorstel uit te werken.”

- Roegina Hilbrands (Stichting Nederland Onderneemt Maatschappelijk!)

“Maak het heel concreet: plan eerst een afspraak, leer mensen kennen en denk mee over waarom het voor hen interessant is om mee te doen aan het programma. Dien daarna een duidelijk voorstel in, met heldere verwachtingen én wat het oplevert om mee te doen.”

- Raoul Becher (Starters)



Maak het aantrekkelijk, laagdrempelig, en persoonlijk

Wat levert het de organisatie op? En hoe maak jij het zo makkelijk mogelijk voor hen? Bedrijven zeggen sneller ‘ja’ als je ook oog hebt voor hun zorgen. Heeft een bedrijf weinig tijd om iemand in te werken? Dan kan iemand vanuit de MDT-organisatie ondersteuning bieden op de werkvloer. Zijn ze bang dat jongeren niet komen opdagen? Je kan dan zelf een warme overdracht en, indien nodig, vervoer regelen. Kijk wat een bedrijf nog extra nodig heeft om goed mee te kunnen doen. Denk aan een korte handleiding, een voorbeeldplanning, een takenlijst of een vast aanspreekpunt binnen jouw organisatie. Hoe makkelijker jij het maakt, hoe groter de kans dat ze willen meedoen — of het zelfs opnieuw doen. Wees daarbij wel realistisch: weet wat je grenzen zijn en wat je niet kunt of wilt aanbieden.

Zorg voor goede afspraken en heldere verwachtingen

Het is belangrijk dat niet alleen de maatschappelijke organisatie aangeeft wat er nodig is, maar dat ook het bedrijf actief meedenkt en vastlegt wat het verwacht van de samenwerking. Stimuleer bedrijven om dit ook zelf op papier te zetten. Zo voorkom je misverstanden en werk je samen op basis van gelijkwaardigheid.

Schaal op vanuit wat werkt

Begin klein, maar denk groot. Kies een aanpak die schaalbaar is: werkt iets goed voor één groep deelnemers of op één locatie? Dan kun je diezelfde werkwijze later toepassen bij andere groepen, locaties of bedrijven. Maar vergeet niet dat elke bedrijf maatwerk vraagt.

Vraag ook om in-cash steun

Veel bedrijven geven liever tijd (in-kind), maar geld (in-cash) is ook heel waardevol. Je kunt daarom altijd vragen of een bedrijf een deel in-kind en een deel in-cash wil bijdragen. Als je duidelijk uitlegt waarom, zijn veel bedrijven bereid om mee te denken.

5. INVESTEER IN EEN RELATIE OP DE LANGE TERMIJN

Een goede samenwerking stopt niet na één activiteit. Door een relatie op te bouwen met een bedrijf, wordt samenwerken steeds makkelijker en effectiever.

Bekend maakt bemind

Zorg na elke activiteit, bijdrage of donatie voor een goede terugkoppeling. Zo kan het bedrijf dit gebruiken voor hun communicatie, om medewerkers en klanten te informeren en om te zien wat de impact is van hun bijdrage aan de samenwerking. Hoe beter een bedrijf jou en je werkwijze leert kennen, hoe sneller ze weer 'ja' zeggen op een volgend voorstel. Je hoeft dan minder uit te leggen en er is meer vertrouwen.

Meer kansen voor cofinanciering

Door regelmatig contact ontstaan er vaak gesprekken over bredere vormen van samenwerking, zoals andere projecten of mogelijke financiering. Het bedrijf kan daarbij ook het eigen netwerk inzetten voor communicatie, het stellen van vragen of het leggen van verbindingen. Samen ontdek je waar nog meer kansen liggen.

Beter matchen tussen jongeren en bedrijven

Als je elkaar vaker spreekt, weet je beter wat het bedrijf zoekt én wat jongeren nodig hebben. Zo kun je veel gerichter koppelen, wat de kans op succes vergroot.

Kleine acties tellen ook mee

Relaties bouw je niet alleen op door grote trajecten. Soms helpt een kort bedankje, een uitnodiging voor een event of gewoon een tussentijdse update al om het contact warm te houden. Geef ook aan dat de jongeren of jouw organisatie iets kunnen bijdragen aan evenementen van het bedrijf, het jaarverslag of andere belangrijke momenten.



MEER VERDIEPING?

Hier zijn meer resources:

Raadpleeg het [7-stappenplan samenwerken met bedrijven](#) en de [GoodWork-startgids](#) van NOV voor praktische hulpmiddelen en formats. Je kan ook contact opnemen met collega's van Good Work van vereniging NOV.



[Katapult Academie](#): De Katapult Academie is een plek om samenwerking tussen beroepsonderwijs en bedrijfsleven te versterken. Jaarlijks organiseren zij evenementen, bijeenkomsten en trainingen om kennisdeling te stimuleren.



Voor meer informatie over [Social Return on Investment \(SROI\)](#) en [Maatschappelijk verantwoord ondernemen \(MVO\)](#) vanuit de Rijksoverheid



Voor landelijke evenement, zie: [NLdoet](#), [Giving Tuesday](#)



Voor landelijke netwerken, zie: [Nederlandse Uitdaging](#), [Rotary](#), [Lions Club](#)

