



Welke gamification technieken werken in vrijwilligersmanagement zonder

manipulatief te zijn? Onderzoek naar badges, leaderboards, voortgangsregistratie en mijlpaal-vieringen. Inclusief onderzoek naar intrinsieke vs extrinsieke motivatie en mogelijke negatieve effecten.

Perfect! Nu zal ik het volledige rapport schrijven.

Gamification in Vrijwilligersmanagement: Onderzoek naar Niet-Manipulatieve Technieken

Het gebruik van gamification in vrijwilligersmanagement kan een krachtig instrument zijn voor engagement en retentie, maar draagt ook risico's met zich mee. Dit onderzoek onderzoekt welke gamification-technieken werkzaam zijn zonder de intrinsieke motivatie van vrijwilligers te ondermijnen, en hoe je manipulatieve mechanismen kunt vermijden.

Executive Summary

Gamification kan vrijwilligersorganisaties helpen hun mensen langer te behouden en meer betrokken te houden—maar alleen als je het goed doet. Onderzoek toont aan dat veel populaire gamification-technieken vooral de **extrinsieke motivatie** (beloning, vermijding van straf) stimuleren, maar niet de **intrinsieke motivatie** (betekenisvolle bijdrage, persoonlijke groei) vergroten. Dit is problematisch, omdat onderzoek consistent aantoont dat vrijwilligers met hoge intrinsieke motivatie langer blijven en minder uitbranden.^{[1] [2]}

De sleutel tot niet-manipulatieve gamification ligt in het ondersteunen van drie fundamentele psychologische behoeften uit de Self-Determination Theory: **autonomie** (zelf bepalen wat je doet), **competentie** (vaardigheden groeien en feedback krijgen), en **relatedness** (verbonden voelen met anderen). Wanneer deze behoeften worden bevredigd, blijft je gamification-systeem in dienst van vrijwilligers staan in plaats van ze te manipuleren.^[3]

Bevindingen op een rij:

- **Werkt:** Milestone-based badges, voortgangsregistratie, team-gebaseerde challenges, peer recognition
- **Risico's:** Competitieve leaderboards, points-chasing, time-limited rewards (F.O.M.O.), performance-contingent punten
- **Crowding-out effect:** Expected externe rewards kunnen intrinsieke motivatie ondermijnen —vooral bij vrijwilligers die reeds intrinsiek gemotiveerd waren

- **Burnout correlatie:** Extrinsieke motivatie gekoppeld aan hogere burnout; intrinsieke motivatie buffer tegen uitputting

Theoretische Fundering: Intrinsieke vs Extrinsieke Motivatie

Om gamification ethisch in te zetten, moet je begrijpen hoe motivatie werkt. Psychologen Ryan en Deci onderscheiden twee types:

Intrinsieke motivatie: Het doen van iets omdat het inherent bevredigend is—je helpt dakloos mensen omdat je hun lot ter harte gaat, niet voor een beloning. Dit type motivatie is duurzaam op lange termijn en leidt tot hogere tevredenheid en lagere burnout. ^[4] ^[2] ^[5]

Extrinsieke motivatie: Het doen van iets voor externe uitkomsten—een badge, erkenning, vermindering van schuldgevoel. Dit werkt voor korte termijnboost, maar houdt niet aan wanneer de beloning wegvalt. ^[1] ^[4]

Het Overjustification Effect: De Verborgene Kosten van Beloningen

Een kritiek fenomeen dat gamification-ontwerpers moeten kennen: het **overjustification effect** of "crowding-out". Dit gebeurt wanneer je verwachte externe rewards geeft voor een activiteit waar iemand al intrinsiek gemotiveerd voor was. ^[6] ^[7]

Voorbeeld: Een vrijwilliger komt wekelijks helpen omdat ze het werk zinvol vindt. Je voert een punten-systeem in waar ze punten kunnen winnen voor elke inzet. Onderzoek toont aan dat dit tegen-intuïtief kan leiden tot **minder** intrinsieke motivatie—omdat de vrijwilliger nu denkt: "Ik doe dit voor de punten, niet omdat ik het werk belangrijk vind." ^[8] ^[9]

Dit gebeurt vooral wanneer rewards als **controlling** voelen, i.e. wanneer ze de autonomie van vrijwilligers ondermijnen door ze te dwingen zich aan externe normen aan te passen. ^[10]

Wetenschappelijk Bewijs: De López-Navarro Studie

In een recent, rigoureuus onderzoek van 120 psychologie-studenten gebruikten onderzoekers gamification (quiz-spellen met rankings) in een cursus. Hun bevindingen waren duidelijk: ^[1]

- **Extrinsieke motivatie steeg significant** na gamification ($t = -4.46$, $p < .001$)
- **Intrinsieke motivatie bleef onveranderd**—geen stijging of daling
- Het effect hield aan ook nadat gamification stopte (geen "novelty effect")

Conclusie van onderzoekers: "Gamification is een tweesnijdend zwaard—het verhoogt korte-termijn extrinsieke aandrijving maar versterkt niet (en kan ondermijnen) duurzame intrinsieke motivatie." ^[1]

Dit heeft directe implicaties voor vrijwilligers: een systeem dat korte-termijn inzet verhoogt maar geen diepere betekenisvolle verbinding creëert, zal uiteindelijk **niet** tot betere retentie leiden.

Badges: Werken Ze, en Onder Welke Voorwaarden?

Badges—digitale of fysieke symbolen van prestatie—zijn onder de meest populaire gamification-mechanismen. Het onderzoek is voorzichtig optimistisch.

Wat werkt: Milestone-based badges (bijv. "100 uur vrijwilligerswerk," "Facilitator-certificering") kunnen significant de terugkeer van vrijwilligers vergroten. Een studie van de Universiteit van British Columbia vond een **23% stijging in terugkeer-rates** wanneer vrijwilligers erkend werden met milestone-badges. ^[11]

Waarom? Badges signaleren **competentie**—ze zeggen "je hebt een vaardigheid opgebouwd en je organisatie erkent dat." Dit voldoet aan de behoefte van vrijwilligers om groei te voelen. ^[12]

Wanneer worden badges problematisch:

- **Non-performance badges** ("Deelnemer," "Aanwezige") voelen **controlling** aan plaats van informatief, en kunnen intrinsieke motivatie ondermijnen. ^[12]
- **Participation trophies** zonder verband met echte prestatie voelen hol aan en kunnen cynisme creëren.
- Wanneer ze worden gebruikt als **extrinsieke drivers** ("Verzamel alle badges!") in plaats van als **feedback** op echte groei.

Best practice: Ontwerp badges die:

- Symboliseren **specifieke vaardigheden** of **duurzame prestaties** (niet deelname)
- Verbonden zijn aan **inhoudelijke groei** (trainingen voltooid, mentorschap aangeboden, leiderschap getoond)
- **Optioneel** zijn—vrijwilligers moeten ernaar kunnen streven zonder zich verplicht te voelen
- **Zichtbaar** zijn op hun profiel, zodat ze hun portfolio kunnen delen

Leaderboards: Een Waarschuwing

Leaderboards (ranglijsten) zijn buitengewoon populair in gamification, maar voor vrijwilligers brengen zij aanzienlijke risico's met zich mee.

Waarom ze riskant zijn:

1. **Demotivatie van lagere-gerangschikte deelnemers:** Onderzoek toont aan dat wie altijd onderaan staat, minder gemotiveerd raakt. Voor vrijwilligers die al weinig tijd hebben, kan een zien dat ze "achterblijven" leiden tot schuldgevoel en uitval. ^[13]
2. **Unhealthy competition:** Wanneer Hanus en Fox (2015) competitieve leaderboards implementeerden in een cursus, zagen ze daadwerkelijk een **daling** in intrinsieke motivatie van studenten. Vrijwilligers zeiden dat ze zich "verplicht" voelden meer uren in te zetten om hun status te behouden—niet omdat ze het werk zinvol vonden, maar uit angst voor verlies. ^[6]
3. **Ongelijke grondslag:** Sommige vrijwilligers hebben meer tijd dan anderen. Iemand met een fulltime baan zal nooit bovenaan kunnen staan. Dit voelt oneerlijk en demotiverend.

Wanneer leaderboards kunnen werken:

- **Team-gebaseerd** in plaats van individueel (bijv. "Team A verzamelde deze maand meest impact-uren")
- **Progress-based** in plaats van absolute ranking (bijv. "Wie is het dichtst bij hun persoonlijke maandelijks doel?")
- **Meervoudig** met verschillende categorieën (bijv. "Meeste uren," "Beste trainer," "Innovatieve idee," "Most supportive")
- **Transparant** ontworpen met duidelijke criteria
- **Niet dominant** in je communicatie—zijlijn, niet centraal

Aanbeveling: Leaderboards voor vrijwilligers zijn riskant. Team-challenges met collectieve doelen zijn veel veiliger.

Progress Tracking en Voortgang: De Motivatie van Zichtbare Groei

Voortgangsregistratie—het inzichtelijk maken hoeveel je hebt gedaan en hoe dicht je bij je doel bent—is een van de **effectiefste** gamification-elementen. Dit werkt omdat het aansluit bij een fundamentele menselijke behoefte: **het zien van voortgang**.

Harvard Business Review voerde een analyse uit met 600 werknemers. Van alle factoren die werknemers motiveerden, was **voortgang het meest significant**—meer nog dan geluk, samenwerking of erkenning.^[4]

Voor vrijwilligers kan dit werken als:

- **Realistisch:** "Je hebt 34 van 100 uren gedaan" voelt bereikbaar.
- **Niet-dribbel:** Geen kunstmatige deadlines die F.O.M.O. (fear of missing out) creëren.
- **Betekenisvol:** Gekoppeld aan impact ("Je hebt 50 mensen geholpen") niet alleen getallen.

Ontwerp-richtlijnen:

- Toon voortgang per **vrijwilliger** (persoonlijke mijlpaal), niet alleen collectief
- Laat zien hoe voortgang **betekenis** heeft (bijv. "Met je 30 uren training heb je 15 kinderen alfabetisch kunnen helpen")
- Maak herhaalde checks mogelijk—maandelijks, niet alleen jaarlijks

Mijlpaal-Vieringen: Wanneer Gamification Authentisch Voelt

Waarin mijlpaal-vieringen (erkenning van bereikt doelen) **anders** zijn dan badges of punten: ze zijn **relationeel**. Ze creëren een moment waarin de organisatie zegt "we hebben gezien wat je deed, en het maakte uit."

Onderzoek toont aan dat dit werkzaam is—vooral wanneer:

1. **Het timing klopt:** Erkenning moet kort na de prestatie komen, niet maanden later.^[14]

2. **Het persoonlijk is:** Een generieke e-mail voelt hol; een handgeschreven noot of persoonlijke opmerking voelt echt. ^[15]
3. **Het impact benadrukt:** "Dank je dat je 50 uur mentorwerk hebt gegeven—je hebt Samuel helpen lezen" vs. "Je hebt je doel bereikt." ^[16]
4. **Het geen druk creëert:** "Gefeliciteerd met je milestone!" niet "Wil je nu het volgende pakken?"

Onderzoek van Volunteer Canada toont aan dat 80% van vrijwilligers graag willen **horen van de impact van hun werk**. Dit is een van de minst kostbare maar meest werkzame vormen van erkenning. ^[14]

Best practices:

- Vieringen kunnen klein zijn: een shout-out in de nieuwsbrief, een korte videogroet van een beginstunt die geholpen is
- Maak het **peer-to-peer** mogelijk: laat andere vrijwilligers elkaar feliciteren
- Vier **team-mijlpalen** naast individuele (bijv. "Team bereikt samen 5000 uren!")

Team Challenges: Collectieve Doelen als Motivatie-Buffer

In plaats van vrijwilligers tegen elkaar uit te spelen, kun je ze samen tegen een gemeenschappelijk doel laten werken.

Onderzoek toont aan dat team-gebaseerde challenges:

- Leiden tot **meer camaraderie** en ondersteuning
- Lagere burnout-risk (omdat druk gedeeld wordt)
- Autonomie behouden (teams bepalen samen hoe ze aanpakken)
- **Inclusief** zijn (verschillende types vrijwilligers kunnen bijdragen)

Voorbeeld: "Deze kwartaal willen we samen 3000 uren vrijwilligerswerk bereiken voor jeugdprogramma's. Laten we zien hoe we dit bereiken!"

Dit ondersteunt alle drie SDT-behoeften:

- **Autonomie:** Teams bepalen hun aanpak
- **Competentie:** Duidelijk doel, voortgang zichtbaar
- **Relatedness:** Samen werken naar iets dat iedereen waardevol vindt

Voorkomen van Dark Patterns: Waar Gamification Manipulatief Wordt

Er bestaat een hele categorie gamification-technieken die **manipulatief** worden genoemd omdat ze psychologische zwakten exploiteren:

Temporal Dark Patterns ("Grinding," "Play by Appointment"):

- Kunstmatige druk om constant actief te zijn
- F.O.M.O.-mechanismen ("Bonus verdwijnt over 24 uur!")
- Voorbeelden: Time-limited badges, "streak" systemen die breuk straffen

Dit **werkt** om engagement korte termijn te verhogen, maar schept onwezelijke verwachtingen en leidt tot burnout. ^[17]

Social Dark Patterns:

- Verplichting om in groepen deel te nemen om voortgang te maken
- Social shaming voor inactiviteit
- Leaderboards die sociale status aan prestatie koppelen

Onderzoek toont aan dat deze patterns ervoor zorgen dat vrijwilligers zich "verplicht" voelen in plaats van vrij, wat direct in tegenspraak is met autonomie en dus intrinsieke motivatie ondermijnt. ^[17]

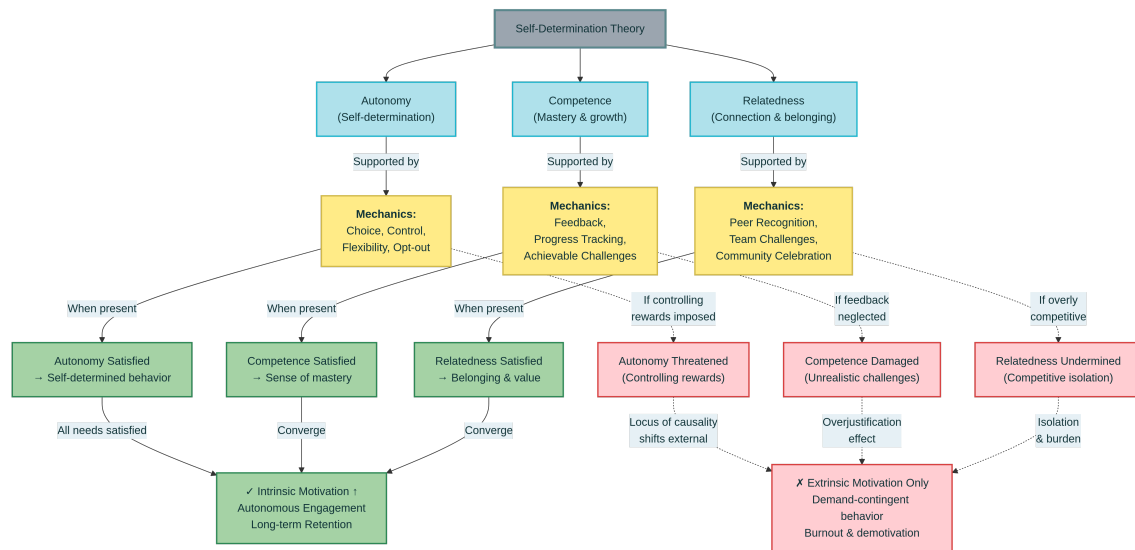
Monetary/Reward Dark Patterns:

- Paywalls die verdere voortgang blokkeren
- Punten die naar beperkte rewards converteren
- Rewards die je "verliest" als je niet actief bent

Ethische Gamification-Principes om deze te voorkomen: ^[18]

1. **Transparante Doelen:** Zeg duidelijk wat je probeert te bereiken. Geen verborgen agendas.
2. **Gemakkelijke Uit:** Opt-out moet net zo makkelijk zijn als opt-in. Vrijwilligers moeten zich welkom, niet verplicht voelen.
3. **Echte Waarde Eerst:** Het core-ervaring (het vrijwilligerswerk zelf) moet waarde hebben zonder gamification. De game-elementen verbeteren maar vervangen niet.
4. **Gebruiker Controle:** Vrijwilligers bepalen hun niveau van engagement. Geen "verplichte" challenges of notifications.
5. **Ethische Beloningen:** Beloon voortgang naar **vrijwilliger-doelen**, niet engagement met je app.

Self-Determination Theory: Het Kompas voor Ethische Gamification



Self-Determination Theory Framework: How Psychological Needs Drive Volunteer Motivation in Gamified Programs

Drie psychologische behoeften bepalen of iemand intrinsiek of extrinsiek gemotiveerd wordt. Gamification die deze behoeften ondersteunt, werkt; gamification die ze ondermijnt, manipuleert.

Autonomie (Zelf bepalen):

- Ondersteund door: keuze in taken, flexibiliteit, mogelijkheid om opt-out
- Ondermijnd door: verplichting, rigide regels, controlling rewards
- Impact op vrijwilligers: Met autonomie blijven ze omdat ze het willen; zonder autonomie voelen ze zich gemanipuleerd

Gamification die autonomie ondersteunt:

- Vrijwilligers kunnen kiezen welke challenges ze willen doen
- Opt-out is altijd mogelijk
- Rewards zijn informatief ("je bent goed in mentorschap") niet controlling ("je moet dit doen")

Competentie (Groei en Meesterschap):

- Ondersteund door: positieve feedback, realistische challenges, mogelijkheid om vaardigheden op te bouwen
- Ondermijnd door: onhaalbare doelen, geen feedback, repetitief werk zonder lering
- Impact op vrijwilligers: Met competentie-groei voelen ze zich waardevol; zonder voelen ze stagnatie

Gamification die competentie ondersteunt:

- Progress tracking toont duidelijk hoe je groeit
- Feedback is frequent en constructief
- Challenges schalen mee met vaardigniveau
- Trainings-kansen zijn beschikbaar

Relatedness (Verbondenheid):

- Ondersteund door: peer-erkenning, team-samenwerking, gemeenschapsgevoel
- Ondermijnd door: extreme individuele concurrentie, sociale isolatie, vergelijking
- Impact op vrijwilligers: Met relatedness voelen ze "we" zijn in missie; zonder voelen ze zich alleen

Gamification die relatedness ondersteunt:

- Peer-to-peer erkenning mogelijk
- Team-challenges primair, individuele secundair
- Gemeenschaps-communicatie rond voortgang
- Mentorships tussen vrijwilligers gestimuleerd

Implementatie: Een Praktisch Framework

Voor organisaties die gamification willen inzetten zonder te manipuleren:

Stap 1: Bepaal Vrijwilliger-Motivaties

Niet alle vrijwilligers zijn hetzelfde. Onderzoek van Clary et al. identificeerde zes motivatie-types:^[19]

1. **Values** (altruïstisch)—"Ik wil gemarginaliseerde groepen helpen"
2. **Understanding** (leren)—"Ik wil nieuwe vaardigheden leren"
3. **Social** (relaties)—"Ik wil vrienden maken en lid zijn van een community"
4. **Career** (groei)—"Dit helpt mijn cv en professionele netwerk"
5. **Protective** (zelfheling)—"Dit helpt me me minder alleen voelen"
6. **Enhancement** (persoonlijke groei)—"Dit maakt me beter persoon"

Gamification werkt best wanneer het aansluit bij deze motivaties. Iemand die **values**-gemotiveerd is, wil **impact zien** van hun werk. Iemand **career**-gemotiveerd wil

vaardigheidsontwikkeling en erkenning.

Actiestap: Vraag je vrijwilligers waarom ze vrijwilligen. Laat ze kiezen welke erkenning/rewards voor hen betekenis hebben.

Stap 2: Ontwerp voor ACR (Autonomy-Competence-Relatedness)

Voor elke gamification-mechaniek, vraag jezelf af:

- Ondersteunt het **autonomie** of ondermijnt het?
- Ondersteunt het **competentie** of creëert het frustration?
- Ondersteunt het **relatedness** of isolement?

Voorbeeld - Badge Design:

- Slechte badge: "Participatie-badge" (voelt hol, controlling)
- Goede badge: "Mentor Master—je hebt 10+ mensen basisvaardigheden geleerd" (competentie-signal)

Voorbeeld - Leaderboard Design:

- Slechte leaderboard: Top 5 individuals (zet anderen neer, competitive)
- Goede leaderboard: "Team Progress" (waar is je team naar het maandelijks doel?) (relatedness + autonomy)

Stap 3: Implementeer Transparantie

Zeg vrijwilligers:

- Wat je gamification gaat doen
- Hoe het hun ervaring helpt (niet hoe het je data helpt)
- Hoe ze ermee omgaan—opt-out, aanpassen
- Hoe lang het duurt (geen verborgen commitments)

Stap 4: Meet Impact, Niet Engagement

Meet succes niet als "hoeveel punten uitgegeven" of "hoeveel badges behaald."

Meet:

- **Volunteer retention rate:** Blijven mensen terugkomen?
- **Volunteer satisfaction:** Voelen ze zich waardevol, gegroeid, onderdeel van community?
- **Burnout indicators:** Rapporterend ze minder burnout?
- **Impact alignment:** Focussen ze op missie-impact of game-points?

Specifieke Aanbevelingen per Mechaniek

Gamification Effects on Volunteer Motivation

Based on Deci/Ryan theory and López-Navarro research findings

Gamification Mechanic	Effect on Intrinsic Motivation	Effect on Extrinsic Motivation	Manipulation Risk Level	Key Implementation Conditions
Badges & Achievements	Neutral to Positive (if performance-based)	Positive	Medium	Must symbolize specific skills; avoid pure participation trophies
Competitive Leaderboards	Negative to Neutral	Positive	High	Top performers demotivated at bottom; requires transparency; multiple ranking categories
Progress Tracking (Time-based)	Positive	Positive	Low	Shows competence growth; must be realistic; avoid time pressure/FOMO
Points Systems	Neutral to Negative	Positive	Medium-High	Risk of short-term optimization; must map to meaningful outcomes, not just engagement
Milestone Celebrations	Positive	Positive	Low	Timely recognition; personalized; emphasis on impact; team-focused
Team Challenges	Positive	Positive	Low-Medium	Collective goals; optional participation; equal contribution value; no mandatory fun
Peer Recognition	Positive	Positive	Low	Informal; frequent; authentic gratitude; user-initiated preferred

Risk Level Color Key: Low Medium/Low-Med High/Med-High

Gamification Mechanics: Motivation Effects & Manipulation Risk in Volunteer Management

Badges: ✓ Werkzaam, wanneer...

- Skill-gebaseerd (niet deelname-gebaseerd)
- Optioneel
- Gekoppeld aan duurzame groei
- Zichtbaar gemaakt zonder druk

Leaderboards: ⚠ Voorzichtig, beter...

- Team-gebaseerd niet individueel
- Progress-gebaseerd niet absolute ranking
- Meervoudig (veel categorieën)
- Als accent niet centrum

Points: ⚠ Vermijden, of...

- Maak ze minder prominent
- Zorg dat ze naar zinvolle beloningen converteren
- Niet time-limited
- Never performance-contingent ("je krijgt punten als je het goed doet")

Progress Tracking: ✓✓ Zeer Werkzaam

- Persoonlijke en team-voortgang
- Impact-gericht ("je hebt X mensen geholpen")
- Realistisch tempo
- Geen kunstmatige druk

Milestone Celebrations: ✓✓ Zeer Werkzaam

- Timely en persoonlijk
- Impact-focus
- Peer-to-peer mogelijk
- Klein maar authentiek

Team Challenges: ✓✓ Zeer Werkzaam

- Collectieve doelen
- Optionele deelname
- Gelijke bijdrage-waarde
- Communautair gevoel

Peer Recognition: ✓✓✓ Meest Werkzaam

- Informeel
- Frequent
- Gebruiker-geïnitieerd
- Echt dank

Negatie Effecten Mitigeren: Burnout & Crowding-Out

Burnout-risico: Onderzoek toont aan dat vrijwilligers met **hoog intrinsieke motivatie** paradoxaal hoger burnout-risico hebben wanneer ze veel werk hebben. Dit gebeurt omdat zij te veel aannemen, zichzelf overbelasten. Gamification kan dit verergeren door "meer, meer, meer" te belonen.^[2]

Mitigation:

- Beloon **pacing** niet volume ("Je hebt je beheersmatig je energie verdeeld")
- Stimuleer "rust-berichten" ("Je hebt dit kwartaal goed gewerkt, goed om adem in te houden")
- Limiteer challenge-voortgang—geen sprint naar volgende level

Crowding-Out Risico: Vooral vrijwilligers die reeds intrinsiek gemotiveerd waren, kunnen hun motivatie verliezen als je expected external rewards toevoegt.

Mitigation:

- Begin met intrinsiek-motivatatie-ondersteunende elementen (autonomie, competentie, relatedness) in plaats van rewards
- Rewards moeten **informatief** zijn ("Dit toont je groei") niet **controlling** ("Dit moet je verdienen")
- Test met controle-groep: meet of gamification intrinsieke motivatie daadwerkelijk ondermijnt bij jouw vrijwilligers

Samenvatting: Ethische Gamification Checklist

Voor niet-manipulatieve gamification in vrijwilligersmanagement:

- ✓ **Ondersteun alle drie SDT-behoeften** (autonomie, competentie, relatedness)
- ✓ **Transparantie** in design en doel
- ✓ **Opt-out altijd mogelijk**
- ✓ **Focus op impact, niet engagement**
- ✓ **Skill-based badges**, niet participation-based
- ✓ **Team-challenges**, niet primary individual competition
- ✓ **Progress tracking** die realistisch is
- ✓ **Milestone celebrations** die timely en persoonlijk zijn
- ✓ **Peer recognition** stimuleren
- ✓ **Test impact** op retentie en burnout, niet alleen engagement-metrics
- X **Vermijd** competitive leaderboards
- X **Vermijd** time-limited rewards en F.O.M.O.
- X **Vermijd** participation trophies
- X **Vermijd** performance-contingent points
- X **Vermijd** mandatory fun
- X **Vermijd** controlling language ("moet," "verplicht")
- X **Vermijd** social comparison als primaire motivatie

Conclusie

Gamification kan vrijwilligersmanagement verbeteren—maar alleen als je het doet met oog voor psychologie en ethiek. De meest werkzame systemen zijn die welke de **betekenisvol werk zelf** versterken in plaats van het werk als middel naar externe rewards.

Het verschil tussen ethical en manipulative gamification is fundamenteel: ethische systemen **vragen wat vrijwilligers nodig hebben**; manipulative systemen **programmeren vrijwilligers om wat de organisatie wil**.

De beste vrijwilligers-programmering zal altijd focus hebben op dit fundamentele feit: **vrijwilligers schenken hun tijd uit generositeit**. Gamification moet die generositeit eren en versterken, niet uitbuiten.

Bronnen en Citaties

Volgistics, 2024. Adding Gamification to the Volunteer Experience. ^[20]
López-Navarro et al., 2023. Gamification improves extrinsic but not intrinsic motivation to learning in undergraduate students. ^[1]
Better Impact, 2021. Comprehensive Guide to Volunteer Recognition. ^[21]
RIBI, 2025. What Is Gamification in Volunteering? ^[11]
NTNU Dahlstrøm, 2017. Impacts of gamification on intrinsic motivation. ^[4]
Trinity University, 2011. The Game of Life: Designing a Gamification System. ^[19]
Veiga, 2025. Dark Patterns in Games: An Empirical Study. ^[17]
Bakkes & Veltkamp, 2020. Motivation in Gamification: Self-Determination Theory. ^[12]
LSU AgCenter, 2023. A Complete Guide to Volunteer Recognition. ^[14]
Pop49, 2025. Competitive Engagement: Driving Participation with Leaderboards. ^[13]
Wikipedia, 2005. Overjustification effect. ^[6]
Hamner, 1975. A test of Deci's cognitive evaluation theory. ^[8]
Whitely, 2023. The Moderating Effect of Volunteer Motives on Burnout. ^[2]
IvanJureta, 2008. Crowding-Out Effect. ^[7]
Ryan & Deci on Deci 1971. Effects of Rewards on Self-Determination. ^[9]
Li et al., 2022. Job Burnout and Psychological Capital as Mediators. ^[5]
Frey, 2021. Crowding Out and Crowding In of Intrinsic Preferences. ^[10]
Prototypr, 2025. Ethical Gamification. ^[18]
Sterling Volunteers, 2021. Methods for Tracking Volunteer Impact. ^[16]
Fernandes et al., 2023. Towards a better understanding of volunteer engagement. ^[3]
VolPro, 2020. Purposeful Volunteer Recognition. ^[15]

✱✱

1. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8966615.pdf>
2. <https://ir.library.illinoisstate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2875&context=etd>
3. [https://knowledge.unv.org/sites/default/files/2023-09/Towards a better understanding of volunteer engagement.pdf](https://knowledge.unv.org/sites/default/files/2023-09/Towards%20a%20better%20understanding%20of%20volunteer%20engagement.pdf)
4. https://www.ntnu.edu/documents/139799/1279149990/04+Article+Final_camildah_forsøk_2017-12-06-13-53-55_TPD4505.Camilla.Dahlstrøm.pdf
5. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9257177/>
6. https://en.wikipedia.org/wiki/Overjustification_effect
7. <https://ivanjureta.com/crowding-out-effect-the-wrong-incentives-erode-the-right-motives/>
8. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0030507375900380>
9. https://selfdeterminationtheory.org/wp-content/uploads/2019/03/2019_RyanRyanDiDomencio_Deci1971.pdf
10. <https://www.bsfrey.ch/wp-content/uploads/2021/08/crowding-out-and-crowding-in-of-intrinsic-preferences.pdf>
11. <https://www.ribi.org/what-is-gamification-in-volunteering/>
12. https://research-portal.uu.nl/ws/portalfiles/portal/234908462/978-3-030-63464-3_15.pdf
13. <https://pop49.com/competitive-engagement-driving-participation-with-leaderboards/>

14. https://www.lsuagcenter.com/~media/system/6/b/8/4/6b84cee73e13c5a1ff09b870d8c2379e/strategies_for_volunteer_recognitionpdf.pdf
15. <https://volpro.net/volunteer-recognition/>
16. <https://www.sterlingvolunteers.com/blog/2021/05/methods-for-tracking-and-recognizing-volunteer-impact/>
17. <https://www.scitepress.org/Papers/2025/133658/133658.pdf>
18. <https://blog.prototypr.io/ethical-gamification-designing-for-user-well-being-in-the-age-of-addictive-tech-85fe9d16f130>
19. https://digitalcommons.trinity.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1001&context=infolit_usra
20. <https://www.volgistics.com/blog/adding-gamification-to-the-volunteer-experience/>
21. <https://support.betterimpact.com/en/articles/12629065-comprehensive-guide-to-volunteer-recognition>
22. <https://ngofeed.com/blog/gamification-in-volunteering/>
23. <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2022.885619/full>
24. <https://ecardwidget.com/volunteer-retention/>
25. https://workplaygrow.eplusproject.eu/theme/academi/files/theoretical-framework-volunteer_en.pdf
26. <https://volunteerhub.com/blog/what-common-problems-does-volunteer-management-software-solve>
27. https://www.cs.ru.nl/bachelors-theses/2022/Thomas_de_Haan_1024718_Dark_patterns_in_games_-_how_do_they_influence_player_experiences_and_their_willingness_to_give_up_personal_information.pdf
28. <https://webpace.science.uu.nl/~veltk101/publications/art/chi2022-sdtws.pdf>
29. <https://www.vantagecircle.com/en/blog/advantages-and-disadvantages-of-reward-systems/>
30. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1518853/FULLTEXT01.pdf>
31. <https://journals.librarypublishing.arizona.edu/itlt/article/4872/galley/5057/download/>
32. <https://tobijohnson.com/139-unpacking-volunteer-retention-issues-a-case-study/>
33. [https://www.uu.nl/sites/default/files/rebo-renforce-working-paper-2024-Harms caused by dark patterns.pdf](https://www.uu.nl/sites/default/files/rebo-renforce-working-paper-2024-Harms%20caused%20by%20dark%20patterns.pdf)
34. <https://www.kannico.com/blog/recognizing-and-rewarding-volunteers-showing-appreciation-for-your-organization-s-heart>
35. <https://www.westglamorgan.org.uk/wp-content/uploads/2023/06/Infosheet-Recognition-and-Rewarding-Volunteers.pdf>
36. <https://pointapp.org/lessons/lesson-3-volunteer-recognition-celebration-ideas/>
37. <https://www.verifyed.io/blog/badge-award>
38. <https://www.linkedin.com/pulse/hidden-risks-volunteer-run-programs-teamcareyco-rdshe>
39. <https://tobijohnson.com/180-3-smart-ways-to-design-volunteer-service-awards/>
40. <https://info.acreditta.com/en/digital-credentials/9-digital-badge-ideas-to-recognize-collaborators/>
41. <https://academic.oup.com/edited-volume/28208/chapter/213172700>
42. https://en.wikipedia.org/wiki/Self-determination_theory
43. <https://scholarscompass.vcu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3972&context=etd>
44. [https://studenttheses.uu.nl/bitstream/handle/20.500.12932/14660/M.J.J.M. Versteeg Ethics & Gamification design - a moral framework for taking responsibility.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://studenttheses.uu.nl/bitstream/handle/20.500.12932/14660/M.J.J.M._Versteeg_Ethics_%20Gamification%20design%20-%20a%20moral%20framework%20for%20taking%20responsibility.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
45. <https://www.pointsoflight.org/wp-content/uploads/2019/03/Employee-Volunteer-Programs-Recognition-Best-Practices.pdf>

46. https://selfdeterminationtheory.org/SDT/documents/2008_MilletteGagne_ME.pdf
47. <https://theses.uhn.ru.nl/bitstreams/7a504002-cfdf-40b9-875f-7d08252623c5/download>
48. <https://blog.prototypr.io/the-ethic-framework-designing-ethical-gamification-that-actually-works-50fa57c75610>