



Sociale Troonrede 2017

Een uiteenzetting over sociaal ondernemerschap in Nederland

Elk jaar horen we op de derde dinsdag van september de Troonrede. Een terugblik op het afgelopen jaar en verbeterplannen voor het komende jaar, met een focus op de financiën en de rol van de overheid.

Met deze Sociale Troonrede draaien we het om. Geen verslag vanuit financieel oogpunt of vanuit de overheid, maar een verhaal verteld vanuit het perspectief van sociaal ondernemers; degenen die dagelijks bezig zijn om Nederland een beetje mooier te maken.

Aan de lezer,

Deze Sociale Troonrede is geen verslag vanuit financieel oogpunt of vanuit de overheid, maar een verhaal verteld vanuit het perspectief van sociaal ondernemers in Nederland. Dagelijks worden we geconfronteerd met veel maatschappelijke uitdagingen.

Bijvoorbeeld op het gebied van voedsel, zorg, welzijn, klimaatverandering en het gebruik van duurzame energie en materialen. Al jarenlang wordt er op verschillende niveaus gewerkt aan antwoorden op deze uitdagingen. Traditionele partijen zoals woningbouwcorporaties, verzorgingshuizen, overheden en energieproducenten zijn niet langer meer de enige partijen die hieraan werken. Steeds vaker pakken individuen, ondernemers, buurtinitiatieven en collectieven op een ondernemende en creatieve wijze maatschappelijke problemen aan.

In 2016 zijn wij gestart met het ophalen van verhalen bij deze sociaal ondernemers. Ons vertrekpunt was de vraag wat een sociaal ondernemer eigenlijk is. Wat definieert deze mensen? Natuurlijk liepen de antwoorden sterk uiteen, maar over één ding is men het eens: een sociaal ondernemer is iemand die 'purpose first' te werk gaat. Denk aan Tony's Chocolonely die werkt aan slaafvrije chocolade, aan Mud Jeans die broeken recyclet, maar ook aan De Buurtcamping die werkt aan de leefbaarheid en ontmoeting in wijken.

De Sociale Troonrede

Deze Sociale Troonrede is een verzameling van visies, thema's, barrières, kansen, vragen, ontwikkelingen en trends op het gebied van sociaal ondernemerschap. De input voor de Sociale Troonrede komt van ruim 150 deelnemers uit heel Nederland die onze enquête ingevuld hebben. Uit hun antwoorden selecteerden we de vier meest genoemde thema's: Zorg voor Elkaar, Werken aan Werk, Van Ik naar Wij en Duurzaamheid. Elk thema beschrijven we aan de hand van alle input en een praktijkvoorbeeld. Onze bevindingen hebben we aangevuld met gegevens van ruim 1100 initiatieven die geregistreerd zijn in de MAEX, een initiatief van Kracht in NL, wat de maatschappelijke waarde van initiatieven laat zien.

Het voornaamste doel is om het grote publiek bekend te maken met de grote verscheidenheid binnen sociaal ondernemerschap in Nederland. Want door het gemis aan bewustzijn bij het grote publiek, kunnen bijzondere bedrijven niet de maximale maatschappelijke impact maken. Anderzijds zien we dat steeds meer mensen op zoek zijn naar manieren waarop zij iets toe kunnen voegen aan de maatschappij. Dit wordt ook wel 'The Purpose Economy' genoemd. Een belangrijk doel van de Sociale Troonrede is het inzichtelijk maken van kansen voor sociaal ondernemers en thema's waar zij zich op kunnen richten. Zo hopen we ook een nieuwe generatie sociaal ondernemers te inspireren om de stap te zetten en te starten met hun eigen sociale onderneming.

Van inspiratie naar actie!

1. Sociaal ondernemerschap: wat is dat eigenlijk?

1.1 Definitie sociaal ondernemerschap

De meningen over de definitie van het begrip 'sociaal ondernemerschap' zijn verdeeld en de term zelf levert volgens veel deelnemers vaak verwarring op. Niet alleen bij de ondernemer zelf die twijfelt of hij wel of niet sociaal onderneemt - "Ik weet niet of ik mezelf zo mag noemen" - maar ook bij overheden, fondsen, investeerders en consumenten.

Wanneer ben je een sociaal ondernemer? Er worden verschillende waarden verbonden aan de woorden 'sociaal' en 'ondernemen'. Kan een buurtinitiatief of een vrijwilliger bijvoorbeeld een sociaal ondernemer zijn of niet?

Deelnemers aan de enquête definieerden een 'sociaal ondernemer' langs onderstaande tien variabelen:

- Missie: sociale samenleving, verbeteren van de wereld, impact maken, betekenisvol ondernemerschap
- Manier van produceren: gelijke verdeling van arbeid, maatschappelijk thema of belang, eigenbelang overstijgend, systeem en leefwereld combineren, win-win situatie, maatschappelijk effect, sociale en ethische aspecten, klant centraal, mensen voorop stellen, volledige supply-chain, met of voor mensen, inkoop bij sociaal ondernemers, verkleinen ecologische voetafdruk
- Aanbod diensten/producten: mens, milieu, omgeving, kennis, zorg, sociale projecten
- (Rechts)vorm: met personeel, project, onderneming,
- Verdienmodel: wel/niet commercieel
- Inkomsten en kapitaal: subsidie-onafhankelijk, zonder geld werken, inzet van de winst voor het verbeteren van de samenleving, sociaal kapitaal
- Persoon: idealist, realist, passie, optimisme, intrinsieke waarden, proactief, acteren op kansen, buiten kader denken, samenwerken, verbindend
- Doelgroep: mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt, vluchtelingen, mensen die leven in armoede
- Impact: meervoudige waardecreatie, sociale en maatschappelijke impact en zo min mogelijk negatieve impact
- Verbinding: verbinding tussen groepen in de samenleving, netwerken, verbinding tussen organisaties, sectoroverstijgend werken

Ook geven veel deelnemers aan dat sociaal ondernemerschap inhoudt dat je huidige maatschappelijke problemen aanpakt en daarbij buiten bestaande kaders kan denken en handelen. Hierbij rijst wel de vraag: 'wanneer is het een taak van de overheid en wanneer niet?' "Is sociaal ondernemerschap aan het verzuipen tussen de overheid en de markt?" vraagt een deelnemer van de Sociale Troonrede zich af. En: "Hoe schep je helderheid bij wie iets hoort?"



Sommige mensen voelen zich niet serieus genomen door ‘de gevestigde orde’ en stellen dat zij te maken hebben met wantrouwen tegenover de ‘sociaal ondernemer’. We kunnen stellen dat er (nog) geen overeenstemming is over de definitie van de term ‘sociaal ondernemer’. De vraag is ook of een eenduidige definitie verhelderend werkt, of juist extra druk legt op iedereen die bezig is met het mooier maken van de wereld.

Op dit moment zijn er wel verschillende ontwikkelingen in Nederland rondom het vastleggen van richtlijnen voor sociaal ondernemers, zoals de Code Sociale Ondernemingen, een initiatief van Social Enterprise NL. Ook het keurmerk van B Corps wordt door steeds meer partijen gebruikt.

1.2 Purpose first

Deelnemers van de Sociale Troonrede zijn het vrijwel unaniem eens over het feit dat, hoewel ‘winst’ zeker geen verboden woord is, sociale en maatschappelijke impact maken op de eerste plaats staat bij sociaal ondernemers. Winst zou geen streven moeten zijn, maar men moet zich voornamelijk richten op financiële duurzaamheid. Hoewel dit volgens velen prima hand in hand gaat. Men is het er doorgaans over eens dat een sociaal ondernemer best mag verdienen aan zijn of haar werkzaamheden, zolang dit maar niet met een (te) commerciële inslag is.

“Een ondernemer die ook waarde creëert voor een beter milieu of de mensen in de omgeving. Daarnaast blijft het een ondernemer die geld verdient met diensten of de verkoop van producten om het eigen levensonderhoud en dat van degenen die helpen de doelen van de betreffende onderneming te realiseren te kunnen betalen.”
- Deelnemer enquête

Er is sprake van verdeeldheid over de inkomstenbron van een legitieme sociale onderneming of ondernemer. De een stelt dat sociale ondernemingen moeten opereren zonder (te veel) overheidssubsidie, gemeenschapsgeld, of crowdfunding. Anderen geven aan dat dit geen probleem zou moeten zijn, wanneer de focus maar ligt op het maken van maatschappelijke impact. “Het pallet aan inkomstenbronnen is zeer divers,” stelt Kracht in NL. “De meeste initiatieven hebben meerdere inkomstenbronnen. Zo’n tweederde van de initiatieven op MAEX geeft aan eigen verdiensten te hebben (uit producten, diensten of lidmaatschappen), gemiddeld voor een kwart van hun totale inkomsten. Overige inkomsten komen veelal uit subsidies, donaties van geld, andere vormen van sponsoring en in iets mindere mate uit donatie van tijd of materialen.”

2. Thema's

2.1 Zorg voor elkaar

Door de participatiemaatschappij ontstaat er meer ruimte voor en vraag naar het 'zorgen voor elkaar'. Sociaal ondernemers grijpen kansen die welzijns- en zorgorganisaties niet mogen, kunnen of willen oppakken. Vaak gaat het om het anders organiseren van voorzieningen die anders wegvallen of al weggevallen zijn. Denk aan de ZorgOppas, die ouders van zorgintensieve kinderen matcht aan een passende oppas, of coöperaties die samen zorg inkopen. Er zijn echter wel uitdagingen rondom ondernemerschap bij zorgondernemers. Want hoe maak je je als klein initiatief voldoende zichtbaar? Door samen te werken kun je je zichtbaarheid en de mogelijkheid om samen impact te maken vergroten.

*“Er ontstaat steeds meer ruimte in de community om zelf de regie en verantwoording op te pakken.”
- Deelnemer enquête*

Dat (sociaal) ondernemerschap voor een positieve verandering kan zorgen is voor veel mensen duidelijk. Er is echter lang niet altijd begrip en/of ruimte voor een ondernemende houding binnen gevestigde organisaties en gemeenten. Zo is er bijvoorbeeld weinig ruimte voor aanbestedingen van kleinere sociale ondernemingen en is er onbegrip over hun complexere business modellen. Granny's Finest hanteert zo'n businessmodel wat op meerdere pijlers rust. Granny's Finest is een sociaal modemerkt met als doel om eenzaamheid onder ouderen te voorkomen. Door wekelijkse bijeenkomsten te organiseren waarbij deelnemende ouderen breien en haken, komen ze met elkaar in contact. De producten die zij maken worden verkocht en met de opbrengst ervan worden de bijeenkomsten gefinancierd.

Voorzichtig ontstaan nieuwe aanbestedingsmogelijkheden voor kleine zorgondernemers, zoals het 'right to challenge'. Daarbij worden bewoners uitgedaagd om taken over te nemen van gemeenten en instellingen. Juist voor deze initiatieven moet er in de komende jaren meer ruimte komen. We kunnen stellen dat de sector 'zorg en welzijn' drastisch is veranderd en daar hoort ook bij dat nieuwe ondernemingen eerlijke kansen krijgen.

*“Sociale inkoop moet bevorderd worden. Op deze manier verzeker je kleine partijen ook van een kans. Ook moet er worden nagedacht over hoe partijen samen kunnen werken, bijvoorbeeld in de vorm van een coöperatie, om zo deel te kunnen nemen aan aanbestedingen.”
- Kracht in NL*

HOE?

Als mantelzorgers meer moeten zorgen, moeten wij meer voor de mantelzorgers zorgen
Marco Redeman - Zorgverslimming Leidsche Rijn

De zorg wordt deels teruggelegd in de wijk en komt in eerste instantie vol bij de mantelzorgers terecht, en die waren vaak al flink overbelast. Er is weinig hulp voor mantelzorgers en dat leidt ertoe dat ik in mijn wijk meer en meer mantelzorgers door hun hoeven zie zakken. Als mantelzorgers meer moeten zorgen, moeten wij meer voor de mantelzorgers zorgen. Dus: “Dit is Ellen, Ellen zorgt voor Kim. Maar wie zorgt er voor Ellen?”

Ik heb in mijn wijk Zorgverslimming opgezet. In samenwerking met de professionals zorgen bewoners voor preventie en 'nuldlijns-zorg', zetten we ervaringsdeskundigen in en richten we ons op de directe omgeving van de mantelzorgers. Bijvoorbeeld met een mantel-massagebon en met een training 'Hoe til ik mijn ernstig meervoudig beperkte kind', want vrijwel alle ouders van EMB-kinderen hebben last van hun rug. Daarmee besparen we de maatschappij heel veel zorgkosten en geven we de participatiesamenleving vorm. Want zonder mantelzorgers geen participatiesamenleving.

2.2 Werken aan werk

De arbeidsmarkt en de wetgeving rondom participatie en het sociale domein verandert sterk. Dat leidt ertoe dat steeds meer sociaal ondernemers ruimte creëren voor mensen met 'een afstand tot de arbeidsmarkt' (zoals gedeeltelijke arbeidsongeschiktheid) op basis van gelijkwaardigheid. Ze zijn gemotiveerd omdat ze zien dat er veel mensen onnodig langs de zijlijn van de samenleving staan en hun krachten en talenten daardoor onbenut blijven. Er ontstaan allerlei dwarsverbanden die bijdragen aan een inclusieve arbeidsmarkt. Mensen krijgen de kans om hun talent te laten zien en bewijzen dat zij mee kunnen doen op de arbeidsmarkt. Denk aan projecten waarin jongeren de kans krijgen zich te ontwikkelen, ondernemingen waar dak- en thuislozen werken, of het begeleiden van 'starters' naar de arbeidsmarkt.

*“Initiatieven laten zien dat iedereen waarde heeft en dat iedere waarde telt. We zien dat partijen die normaal gesproken niet aan het werk komen, nu ineens wel kansen krijgen. We moeten opnieuw met elkaar nadenken over het concept vrijwilligers. Wellicht bestaat er straks wel een concept dat iedereen een dag per week society work doet.”
- Kracht in NL*

De komende jaren zullen er steeds meer banen zelf gecreëerd moeten worden. Zelfstandig ondernemerschap, flexibele contractvormen en het combineren van werk met vrijwillige inzet nemen toe. Het onderwijs speelt hier steeds beter op in. Door ondernemerschap deel uit te laten maken van het reguliere curriculum, het aanbieden van minors en het zoeken van verbinding met de buurt, wijk en arbeidsmarkt.

De ontwikkelingen op de arbeidsmarkt geven veel mensen een gevoel van vrijheid omdat zij vanuit hun passie en talent aan de slag kunnen. Voor anderen brengt dit echter veel onzekerheid met zich mee. De manier waarop we werken verandert ook. Men gaat steeds meer samenwerken, organisaties worden horizontaal georganiseerd en teams opereren zelfsturend. Het gezamenlijk werken aan sociaal-maatschappelijke thema's wordt als een grote meerwaarde gezien. Zo zijn er bijvoorbeeld buurtbewoners die (als sociaal ondernemers) binnen een collectief ondernemen om hun wijk te verbeteren.

“Je ziet steeds vaker netwerken ontstaan in plaats van organisaties. Samenwerking die werkelijk over de schutting heen gaat. Organisaties moeten daarvoor over hun eigen schaduw heen stappen.”
- Deelnemer enquête

HOE?

Bij Firma Koos geloven we in meedoen. Door iedereen, altijd en overal.
Anneleen van der Kolk - Firma Koos

Firma Koos is mijn label met producten van sociale werkplaatsen en gerecycled materiaal. Het begon op initiatief van De Regenboog Groep, een Amsterdamse stichting die zich inzet voor mensen in sociale armoede. Dat doen ze bijvoorbeeld in sociale werkplaatsen, waar mensen werken die even op een zijspoor zitten; door een psychose, een ongelukkige samenloop van omstandigheden of simpelweg door het verleden, wie zal het zeggen? En wat maakt het ook uit? Ze zijn gewoon aan het werk! Firma Koos maakt dat zichtbaar.

We ontwerpen producten waarbij iedereen kan bijdragen aan het maakproces. Sterker nog, de producten worden ontworpen met de makers in het achterhoofd, je hoeft niet perfect te kunnen naaien om wel mee te kunnen doen aan het maken van een laptopshoes. Want bij Firma Koos geloven we in meedoen. Door iedereen, altijd en overal.

2.3 Van 'ik naar wij'

Sociaal ondernemers nemen een voorzichtige kanteling waar. Weg van het individualisme en neo-liberalisme, naar meer saamhorigheid en aandacht voor elkaar. De participatiemaatschappij is volop in ontwikkeling en staat veel in het teken van 'eigen verantwoordelijkheid.' Dit betekent echter niet dat de inzet van professionals overbodig wordt. De grens tussen rollen en verantwoordelijkheden van een 'professional' en 'actieve buurtbewoner' vervaagt steeds meer. De vraag is tevens wanneer er in dergelijke gevallen sprake is van een sociaal ondernemer en wanneer van een 'gewone' actieve burger.

“Veel ondernemingen zijn bezig met andere dingen dan cohesie. Kijk bijvoorbeeld naar buurttuinen, zij hebben cohesie niet per se als doel, maar het is wel een bijkomend effect. Bijvoorbeeld doordat de omgeving veiliger wordt en dat mensen elkaar beter kennen. Het oude verhaal van de buurtsuper vindt weer steeds meer plaats op lokaal niveau.”
- Kracht in NL

In een maatschappij waarin bezuinigingen druk zetten op de systemen waar mensen afhankelijk van zijn, is het belangrijk om als professionals hecht samen te werken en goed te kijken naar de rol van de overheid, de rol van organisaties en de rol van burgers zelf. We moeten elkaar niet als concurrenten zien, maar als een aanvulling op de kennis en kunde die wij misschien zelf niet beschikken om zo een krachtige (sociale) samenleving te creëren. Er bestaan diverse platforms en campagnes, zoals 'De Beweging' en 'MaatschapWij', die inspireren om beter naar elkaar te luisteren. Ze stimuleren mensen om (weer) na te denken over wat het betekent om samen te leven in plaats van voor onszelf alleen. Zoals MaatschapWij stelt: "Het begint met meer 'wij' in de maatschappij."

Doordat steeds meer mensen bezig zijn met vernieuwing binnen de bestaande systemen zien sociaal ondernemers nieuwe 'sociale ecosystemen' ontstaan. Bij Movisie is hier ook onderzoek naar gedaan. Christine Kuiper (adviseur Sociale Innovatie bij Movisie) stelt: "Een sociaal ecosysteem is een infrastructuur die de samenwerking tussen uiteenlopende partijen over een sociaal vraagstuk vergemakkelijkt en faciliteert. Het systeem moet beschikken over voldoende hulpbronnen. Dit zijn financiële bronnen zoals subsidies, sociale bronnen zoals een informeel netwerk, en mensen met voldoende capaciteit en kwaliteit."

“Het gaat niet om de unieke personen die in staat zijn het verschil te maken. Het gaat zelfs niet alleen om sociale ondernemingen die iets bijzonders laten zien. Het gaat erom het sociale ecosysteem te zien en te ontwikkelen. Geen ondernemer gedijt zonder de omliggende context”
- Deelnemer enquête

HOE?

Gezonde biologische groenten voor een eerlijke prijs, lokaal geproduceerd en met liefde bereid
Mark Verhoef - Springplank coaching

Wij geloven in een wijk waarin het fijn is om elkaar te ontmoeten, te werken en te delen in wat de natuur ons geeft. Met respect voor elkaar en met plezier in het samen oogsten. Onze droom is lokaal verbouwd en (h)eerlijk voedsel uit de eigen wijk, betaalbaar en bereikbaar voor iedereen. Vanuit Voedseltuin Overvecht bouwen wij aan een lokaal duurzaam merk: ProefLOKAALOvervecht.

De groenten die in de tuin worden verbouwd verkopen we aan restaurants en kookgroepen in de wijk en in onze eigen buurtlandwinkel. Van kweken tot eten: zo van het land op je bord, in je eigen buurt. Want wij geloven dat het kan en we maken het waar: gezonde biologische groenten voor een eerlijke prijs, lokaal geproduceerd en met liefde bereid. Voedseltuin Overvecht werkt als een collectief van buurtbewoners, ondernemers, vrijwilligers en maatschappelijke organisaties.

2.4 Duurzaamheid

In een samenleving waar overconsumptie hoogtij viert, is de circulaire economie een duurzame en noodzakelijke tegenhanger. De deeleconomie leeft: spullen die we nodig hebben kunnen we via allerlei platformen lenen van onze burens of huren van iemand die het op dat moment niet gebruikt. Er wordt slimmer nagedacht over het gebruiken van wat er al is. Een groeiende groep mensen hoeft niet meer alles zelf te bezitten, zolang ze maar toegang hebben tot het gebruik ervan. Zo worden door heel Nederland foodsharingkasten, ruilkasten, repaircafés en spullenbibliotheken opgezet. Men gooit minder snel iets weg en denkt meer aan de functie die een product nog voor een ander kan hebben. Daardoor zien ook steeds meer kringloopinitiatieven het licht. Zo gaan we samen voedselverspilling tegen en wordt afvalproductie verminderd.

Duurzaamheid speelt een steeds grotere rol binnen onze samenleving, zo ook binnen ondernemerschap. Toch valt er volgens velen nog veel winst te behalen als het gaat om duurzaamheid binnen de bedrijfsvoering van (commerciële) bedrijven. Sociaal ondernemerschap wordt gezien als een goed alternatief, waarbij onder andere bewust wordt ingezet op duurzame en toekomstbestendige productie en investeringen. Denk hierbij aan het gebruik van grondstoffen die biologisch afbreekbaar zijn, het maken en ontwerpen van producten die makkelijk te demonteren zijn en het hergebruiken van grondstoffen.

“Als wij het hebben over duurzaamheid, dan hebben we het over het slim benutten van wat er is, niets uitsluiten. Daar komen slimme concepten uit naar voren. Dan zien we thema’s als voedselverspilling, leven zonder afval, etc. Het samen doen is daarbij ook echt een streven.”
- Kracht in NL

Samenwerking tussen belanghebbenden is belangrijk om ook sociale duurzaamheid te kunnen creëren. Ook educatie en het creëren van bewustwording dragen bij aan verduurzaming van de samenleving. Er ontstaat zo een nieuw speelveld voor sociaal ondernemers. Zij zetten bijvoorbeeld in op het verduurzamen van bedrijven en verdienmodellen, participatietrajecten met bewoners om mee te beslissen over de doorontwikkeling van hun buurt en educatietrajecten over duurzaamheid op scholen.

HOE?

De Duurzame Week Utrecht
Margit Végh - Stichting Duurzame Week Utrecht

Stichting Duurzame Week stelt zichzelf ten doel om op lokaal, regionaal en landelijk niveau duurzaamheid te bevorderen. Duurzame Week Utrecht biedt een podium voor bedrijven, inwoners, pioniers en visionairs die ervoor zorgen dat Utrecht een groene en gelukkige toekomst tegemoet gaat. Stichting Duurzame Week maakt het mogelijk een groot publiek aan te spreken, te inspireren en samen te werken.

Na een loopbaan als projectleider in de psychiatrie, wilde Margit zich op een andere manier gaan inzetten voor een betere wereld. Naast haar werk voor Stichting Duurzame Week, is zij daarnaast secretaris bij Stichting Verbeter de Wereld. Margit gelooft dat je samen zoveel meer kunt bereiken dan alleen en houdt vast aan haar motto “Intentie = resultaat”. Als mensen erachter komen dat het onmogelijke mogelijk wordt, dan ziet de wereld er ineens heel anders uit.

3. Kansen en barrières

3.1 Identiteit & imago sociaal ondernemerschap

De meeste mensen toetsen zich aan hun eigen omschreven definitie van 'sociaal ondernemerschap'. Waar sommigen niet weten of ze nu sociaal ondernemer zijn en zo gezien worden, zien anderen zichzelf meer als 'intrapreneur': een werknemer binnen een sociale onderneming. Ook zijn er mensen die zichzelf 'maatschappelijk' of 'idealistisch' ondernemer noemen of benoemen dat ze met een sociaal ondernemende houding werken. Men omschrijft het zijn van een sociaal ondernemer vaak aan de hand van verschillende aspecten van een onderneming: de missie, manier van produceren, aangeboden diensten/producten, de (rechts)vorm van de onderneming, het verdienmodel, inkomstenverwerving en definitie van kapitaal, de doelgroep van de onderneming en de impact en verbinding die gemaakt wordt.

"Ik ben een sociaal ondernemer. We hebben een duurzaam product. Ons product wordt in elkaar gezet door mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt."
- Deelnemer enquête

Ook wordt de sociaal ondernemer vaak beschreven middels de competenties die hij of zij bezit of zou moeten bezitten. Misschien is dat ook wel hetgeen sociaal ondernemers bindt; de wijze waarop zij dingen aanpakken en de houding die er bestaat tegenover werk.

HOE?

Denken en werken in een nieuwe wereld
Anneke Krakkers - Welzijn Nederland

Toen ik zo'n 10 jaar geleden het ondernemerschap ontdekte was ik enorm gretig. Op Twitter ontdekte ik fantastische mensen zoals Martijn Aslander, Niels Schuddeboom, Sanne Roemen, Ronald van den Hoff. Nieuwe Ondernemers. Sociale Ondernemers.

Wat ik van hen heb geleerd is het denken en werken in een nieuwe wereld. Gretig heb ik geluisterd naar verhalen over de power van sociaal kapitaal, het aanstaande omvallen van hiërarchische instituten, het belang van waarde boven geld. Voor mij als ondernemer heeft sociaal ondernemerschap hierdoor echt smoel gekregen.

3.2 Rechtsvormen en regelgeving

Er wordt creatief omgegaan met het feit dat er (nog) geen speciale rechtsvorm bestaat voor sociaal ondernemers. Bijvoorbeeld door naast de BV een stichting op te richten, samen te werken met een stichting of te werken in een coöperatie of als collectief van zelfstandigen. Sommige initiatieven en sociaal ondernemers zijn geforceerd zich als stichting in te schrijven. Dit past niet altijd bij hun doelstellingen en manier van werken en er komen soms ook ongewenste administratieve en organisatorische lasten bij kijken.

"Fiscale wetgeving en keuze rechtsvorm is een probleem (kijk naar landen om ons heen; leer!). We hebben te maken met ouderwetse financieringsvormen. Dit kan innovatiever."
- Deelnemer enquête

Ook regelgeving loopt, tot ergernis van sociaal ondernemers, vaak achter. Het gevoel heerst dat er (nog steeds) uitgegaan wordt van oude structuren en de regelgeving niet wordt aangepast aan ontwikkelingen die in de samenleving spelen. Naast regelgeving wordt het financiële aspect van sociaal ondernemen door de deelnemers van de Sociale Troonrede ook vaak als barrière genoemd. Denk hierbij aan het aansluiten op bestaande geldstromen, het aanvragen van fondsen en het vinden van betalende klanten in de 'markt'.

3.3 Meten van sociale impact

Sociaal ondernemers creëren sociale- en maatschappelijke impact. Het meetbaar maken en aantonen van deze impact is vaak een vereiste voor het in aanmerking komen voor financiering. Aantonen dat een dienst of product meervoudige (maatschappelijke) waardecreatie creëert vormt een uitdaging. Zeker wanneer het gaat om projecten of diensten in de zorg- en welzijnssector, die zich bijvoorbeeld richten op de leefbaarheid in een wijk, talentontwikkeling van bewoners of maatjesprojecten.

Veel ondernemingen kiezen voor een brede aanpak. "De Voedseltuin Rotterdam zet in op diverse waardecreaties door de focus te leggen op sociale cohesie, groen en de arbeidsmarkt." aldus Kracht in NL.

"Sociale firma's zijn sterk in opkomst, omdat ze een lucratiever verdienmodel hebben dan sociale ondernemingen die zich inzetten voor kwetsbare mensen. Daardoor blijft sociaal ondernemen in zorg en welzijn (ook door complexe wet en regelgeving zorg en hoge bureaucratie)."
- Deelnemer enquête

4. Slotwoord

We zien dat steeds meer mensen de stap naar (gedeeltelijk) ondernemerschap maken. Er wordt meer georganiseerd op lokaal niveau en er is nadrukkelijk aandacht voor de participatie van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Duurzaamheid wordt de norm, sociale ondernemingen hebben hierin een voorbeeldfunctie. Tot slot is de discussie rondom sociaal ondernemerschap op zich een trend: wat verstaat men onder sociaal ondernemen, welke richtlijnen zijn hier aan verbonden, of is de term 'sociaal' overbodig omdat in de toekomst elke ondernemer (deels) bezig moet zijn met sociaal- maatschappelijke impact? Binnen de thema's en behandelde casussen komen een aantal kernbegrippen terug, die ook de komende tijd binnen sociaal ondernemerschap centraal zullen staan.

RUIMTE

Door de verdergaande participatiemaatschappij ontstaat voor sociaal ondernemers ruimte binnen thema's die voorheen het domein waren van de overheid en gesubsidieerde instellingen. Ook creëren sociaal ondernemers ruimte om diverse groepen die minder gemakkelijk mee kunnen doen in deze nieuwe wereld toch voldoende kansen te bieden. Sociaal ondernemers nemen de ruimte in die ontstaat tussen de overheid, de markt en de 'civil society'. Dat gaat niet altijd zonder slag of stoot. Want wie heeft nu precies welke rol in het speelveld? En hoe houdt de sociaal ondernemer zich staande tussen de diverse andere partijen, zonder dat hij zelf tot een duidelijk afgebakende en erkende groep behoort? Verbeterde regelgeving, toegang tot financiële hulpbronnen en een duidelijke rechtsvorm zijn enkele mogelijkheden om de positie van, met name kleinere, sociaal ondernemers te versterken.

GEZAMENLIJKHEID

Sociaal ondernemers zijn voorlopers in de voorzichtige kanteling van het individualisme en eigen verantwoordelijkheid naar meer saamhorigheid en aandacht voor elkaar. Allereerst binnen de eigen groep: door samen te werken kun je je zichtbaarheid en de mogelijkheid om samen impact te maken vergroten. Maar ook door in de business-modellen nadrukkelijk rekening te houden met groepen mensen zonder een sterk netwerk om zich heen. Zo ontstaat een stevig sociaal ecosysteem. Maar zo'n systeem kan alleen succesvol zijn als het over voldoende hulpbronnen beschikt. Hoe vinden we voldoende mensen en middelen om de groei van sociaal ondernemerschap aan te kunnen?

VERANDERENDE ARBEIDSMARKT

De manier waarop we werken verandert. Men gaat steeds meer samenwerken, organisaties worden horizontaal georganiseerd en teams opereren zelfsturend. De grens tussen rollen en verantwoordelijkheden vervaagt: wanneer ben je een 'professional' en wanneer ben je een 'actieve buurtbewoner'? Steeds meer mensen combineren verschillende rollen gedurende de (werk)dag. Daarbij zullen de komende jaren steeds meer banen door onszelf gecreëerd moeten worden. Zelfstandig ondernemerschap, flexibele contractvormen en het combineren van werk met vrijwillige inzet nemen toe. Binnen het onderwijs en het bedrijfsleven groeit mede daarom de aandacht voor 'een ondernemende houding.' Deze ontwikkelingen op de arbeidsmarkt geven veel mensen een gevoel van vrijheid omdat zij vanuit hun passie en talent aan de slag kunnen. Voor anderen brengt dit echter veel onzekerheid met zich mee. Hoe veranderen we ook voor hen deze onzekerheid in kansen?

DUURZAAMHEID

Een groeiende groep mensen hoeft niet meer alles zelf te bezitten, zolang ze maar toegang hebben tot het gebruik ervan. Sociaal ondernemers spelen daar goed op in. Zelf zijn ze voorlopers op het gebied van duurzaamheid binnen hun eigen bedrijfsvoering. Juist binnen het verduurzamen van bedrijven in het algemeen valt nog veel milieuwinst te behalen. Maar is er ook voldoende aandacht voor sociale duurzaamheid? Samenwerking tussen alle belanghebbenden is daarbij de sleutel.

Hoe nu verder?

Met de Sociale Troonrede doen we een eerste aanzet om de discussie rondom sociaal ondernemerschap aan te wakkeren. Waar we uit zullen komen, kan niemand voorspellen. Maar we hopen wel dat deze discussie bijdraagt aan meer aandacht voor sociaal ondernemers, meer helderheid over wie sociaal ondernemers zijn en wat ze doen en duidelijke afspraken en ruimte voor de verdere ontwikkeling van sociaal ondernemerschap in Nederland.

Deze discussie voeren we graag op zoveel mogelijk plekken tegelijk, met zoveel mogelijk mensen. Allereerst op de Facebookpagina van de Sociale Troonrede. Graag horen we daar wat je van dit stuk vind. Hebben we het goed gezien? Of slaan we de plank volledig mis? Hebben we een belangrijke ontwikkeling over het hoofd gezien? Al jouw opmerkingen horen we graag!

Daarnaast zal so/creatie het komende jaar een aantal meetups organiseren met sociaal ondernemers en overige belangstellenden. Houdt daarvoor de Facebookpagina van so/creatie in de gaten.

Uiteraard zijn we van harte bereid om ook bij jouw bijeenkomst iets over de Sociale Troonrede te komen vertellen. Neem daarvoor per mail contact op met de hoofdredactie: hallo@socreatie.nl.

Sociale Troonrede 2017

Een uiteenzetting over sociaal ondernemerschap in Nederland

De sociale troonrede is een initiatief van so/creatie (ondersteunt de groei van sociaal ondernemerschap in Nederland), Kyver (communicatiebureau voor organisaties die de wereld een beetje mooier maken) en The Social Firm (workshops en advies aan professionals en vrijwilligers in zorg en welzijn).

Ondersteuning bij de samenstelling van de Sociale Troonrede hebben wij ontvangen van Kracht in NL / MAEX.

Op 21 maart 2017 is de Sociale Troonrede gepresenteerd in de Social Impact Factory.

Tot slot bedanken we onze mediapartners: OneWorld, Voor de Wereld van Morgen en Seats2Meet Magazine.

Colofon

Communicatie en projectmanagement	Hylke van der Wal, Rutger van Weeren (so/creatie)
Redactie en samenstelling	Rachella Dubbeldam (RazzWorks) Fleur van IJperen, Eva Leen (The Social Firm) Sébastien Duchène (Kracht in NL)
Vormgeving	Eelco van der Wal (Seraphix Design), Hylke van der Wal (Kyver)
Logo ontwerp	Dennis van Voorst
Website	Guido Schalkx (Kyver)

Dit document mag niet verder worden verspreid zonder schriftelijke toestemming van de eindredactie van de Sociale Troonrede.

De eindredactie is te bereiken op hallo@socreatie.nl.

Met dank voor de gastbijdragen van:

Irmgard Bomers (Werken in Netwerken), Anneke Krakers (Welzijn Nederland), Anneleen van der Kolk (Firma Koos), Marco Redeman (Zorgverslimming Leidsche Rijn), Margit Végh (Duurzame Week Utrecht), Mark Verhoef (Springplank Coaching).

Met dank aan de sociaal ondernemers die we in aanloop naar de Sociale Troonrede mochten portretteren en die ons van inspirerende quotes hebben voorzien:

Aleksander Stommels, Anneke Krakers, Erik van Marissing, Fiene van Look, Glenn Alwin van Roggen, Heleen Dierdorp, Jurjen de Vries, Kris Pouw, Kyra Kasel, Lena Hartog, Manon van der Meer, Marcel Stukker, Marguerite Evenaar, Mark van Meel en Mark Verhoef.

Met dank aan de sprekers tijdens de presentatie op 21 maart 2017:

Evert Jan van Hasselt (Business21), Floortje Minjon (SocialStart, 50|50 Coffee, Coffeemia), Jurjen de Vries (Permanent Future Lab), Kristel Logghe (Social Powerhouse, Multivation, Social Enterprise Lab), Margit Végh (Stichting Duurzame Week Utrecht).

DE
SOCIALE
TRONNREDE

*“Duurzame innovatie: bijdragen aan een duurzame wereld,
door bottom-up initiatieven aan te jagen,
met elkaar te verbinden en te professionaliseren”*

- deelnemer enquête

K Y V E R

so/creatie

THE
SOCIAL
FIRM