

Onderzoek naar belemmeringen en ondersteuningsbehoefte

Sociale ondernemingen in Noord-Nederland: een verkenning

In Noord-Nederland zijn sociale ondernemingen in opkomst, net als in de rest van Nederland. We hebben een eerste regionale verkenning van de aard en omvang van deze sector uitgevoerd. Hoe ziet de groep van sociale ondernemingen in deze regio er uit? Welke belemmeringen komen ze tegen en aan welke ondersteuning hebben ze behoefte?

DOOR Claudia van Orden, Huub van Kampen, Noor van Leeuwen en Jan Willem Wennekes

Sociale ondernemingen onderscheiden zich van traditionele ondernemingen doordat ze maatschappelijke problemen zoals duurzaamheid, leefbaarheid of arbeidsparticipatie aanpakken en daarbij financiële winst ondergeschikt maken aan het maatschappelijke doel. Dit type ondernemerschap is bij uitstek geschikt om meer lokale werkgelegenheid te creëren voor mensen die anders zonder werk blijven. In de Noordelijke regio is dit nog meer dan elders in Nederland nodig. Het percentage uitkeringsontvangers is in de drie noordelijke provincies immers aanzienlijk hoger dan in de rest van Nederland.¹ Om die reden hebben de auteurs gezamenlijk de ambitie geformuleerd om sociale ondernemingen in Noord-Nederland te ondersteunen. Hiertoe is een verkennend onderzoek gedaan.

Definitie

In ons onderzoek hebben we de werkdefinitie van de SER² gehanteerd: 'Sociale ondernemingen zijn zelfstandige ondernemingen die een product of dienst leveren en primair en expliciet een maatschappelijk doel nastreven, dat wil zeggen een maatschappelijk probleem willen oplossen'. Deze definitie sluit

nauw aan bij die van Social Enterprise NL en de Europese Commissie.³ Een sociale onderneming kiest er dus voor om een publieke taak uit te voeren, maar in tegenstelling tot publieke instanties kiest de sociaal ondernemer er voor deze taak in de vorm van een onderneming uit te oefenen. Gemaakte winst wordt voor het merendeel direct teruggeploegd in de onderneming ten behoeve van het realiseren van het primaire maatschappelijke doel. Het ondernemingencontinuüm⁴ maakt duidelijk hoe sociale ondernemingen zich verhouden tot goede doelenorganisaties, aan het ene uiterste van het spectrum, en 'reguliere' ondernemingen aan het andere uiterste. Het belangrijkste verschil tussen een sociale en een reguliere onderneming is dat een sociale onderneming maatschappelijke waarde voorop stelt, waar reguliere ondernemingen, zelfs als ze maatschappelijk verantwoord ondernemen, financiële waarde voorop stellen. Vanuit de definitie vloeit logisch voort dat een sociale onderneming meestal 'sociaal' is vanaf zijn start: een sociale onderneming wordt opgericht ten behoeve van een bepaald maatschappelijk doel. Een ondernemer die een onderneming opricht vanuit winstgog-

merk, zal mogelijk wel maatschappelijke impact steeds belangrijker gaan vinden en dat door sociaal ondernemerschap tonen, maar zal niet zomaar in de loop der tijd afzien van het primaire winstdoel en maatschappelijke impact voorop gaan zetten. Dat vraagt een andere *mindset* én een andere missie en visie. Er zijn verschillende soorten sociale ondernemingen, afhankelijk van het maatschappelijke doel dat ze nastreven.⁵ Zo onderscheiden we ondernemingen die gericht zijn op (1) het creëren van werkgelegenheid voor doelgroepen met een afstand tot de arbeidsmarkt; (2) het ondersteunen van ontwikkelingssamenwerking in het buitenland; (3) het bevorderen van leefbaarheid en sociale cohesie; en (4) duurzaamheid en de circulaire economie.

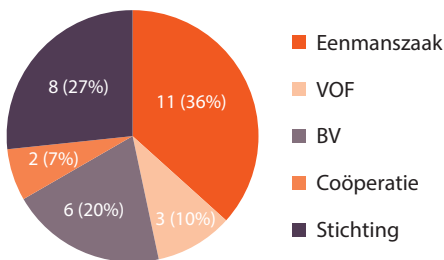
Onderzoek

We hebben een digitale enquête uitgezet onder 1200 MKB-bedrijven in de regio. Dit waren bedrijven waarvan we vermoedden dat ze zich in meer of mindere mate met maatschappelijke doelen bezighouden. In de enquête zijn vragen opgenomen over de kenmerken van de organisatie. Daarmee konden we bepalen of het bedrijf wel een 'echte' sociale onderneming is in termen van

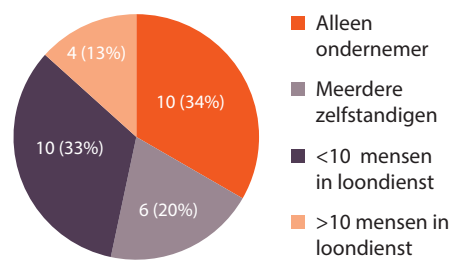
onze werkdefinitie, overigens ongeacht de vraag of de onderneming zichzelf ook als zodanig betitelt of niet. Onder andere is gevraagd naar het percentage inkomsten uit subsidies, gerelateerd aan de totale omzet, waarbij we hebben gesteld dat om een onderneming te zijn niet meer dan 25 procent van de inkomsten uit subsidies afkomstig zou moeten zijn. Verder is gevraagd naar de belemmeringen die de sociale ondernemingen tegenkomen en de wijzen waarop ze ondersteuning zouden willen ontvangen (bijvoorbeeld van instanties die de auteurs vertegenwoordigen). In de enquête is op veel plaatsen gekozen voor dezelfde vraagstelling als in de jaarlijkse monitor van Social Enterprise NL⁶, om op deze manier een vergelijking met landelijke cijfers te kunnen maken. Met een aantal bedrijven is na afloop van de enquête een verdiepend interview gehouden, onder andere om duiding te kunnen geven aan de met de enquête verzamelde resultaten.

Kenmerken

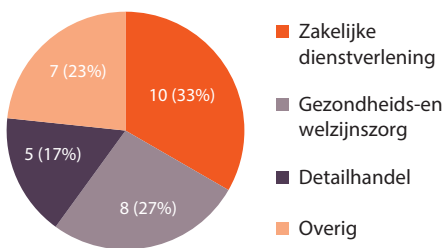
De enquête is door 56 ondernemers volledig ingevuld. Van deze 56 voldoen er 30 aan onze criteria om als echte sociale onderneming te worden aangemerkt. Alleen de resultaten van deze 30 ondernemers worden hier beschreven. Ter vergelijking: de landelijke Social Enterprise Monitor had het afgelopen jaar 130 respondenten, vanuit haar toenmalige ledenbestand van 255 geïdentificeerde sociale ondernemingen. De dertig Noord-Nederlandse sociale ondernemingen komen op een aantal kenmerken redelijk overeen met die in de landelijke monitor. Dit is bijvoorbeeld het geval voor de herkomst van inkomsten. Voor onze steekproef geldt dat gemiddeld 81,2 procent van de inkomsten vanuit (commerciële) activiteiten voor klanten/opdrachtgevers komt, de overige 18,8 procent komt uit publieke gelden zoals directe subsidieregelingen. Het merendeel van de sociale ondernemingen in ons onderzoek is ondergebracht in een eenmanszaak of een



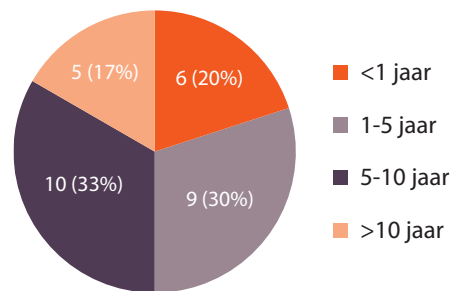
Figuur 1. Rechtsvorm



Figuur 2. Omvang



Figuur 3. Sector



Figuur 4. Ontwikkefase

stichting, hoewel ook andere rechtsvormen voorkomen (figuur 1). Vergeleken met het landelijke beeld zijn er in onze steekproef relatief weinig bv's: twintig procent versus vijftig procent landelijk. Dit kan te maken hebben met de omvang en de levensfase van het bedrijf: de meeste sociale ondernemingen in onze steekproef zijn klein (zie figuur 2), hoewel er ook een paar meer dan tien mensen in dienst hebben. Overigens hebben sociale ondernemingen vaak ook nog vrijwilligers aan het werk, soms wel meer dan 25. De sociale ondernemingen zijn actief in alle sectoren, de meeste in advisering, onderzoek en overige specialistische dienstverlening, zie figuur 3. Een voorbeeld van zo'n onderneming is een bedrijf dat verbanddozen, AED en brandblussers levert en onderhoudt en dat doet met mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Gezondheids- en welzijnzorg is ook goed vertegenwoordigd (veelal in dagbesteding en begeleid wonen), maar ook andere sectoren, waaronder bijvoorbeeld sport en recreatie, industrie en detailhandel zoals

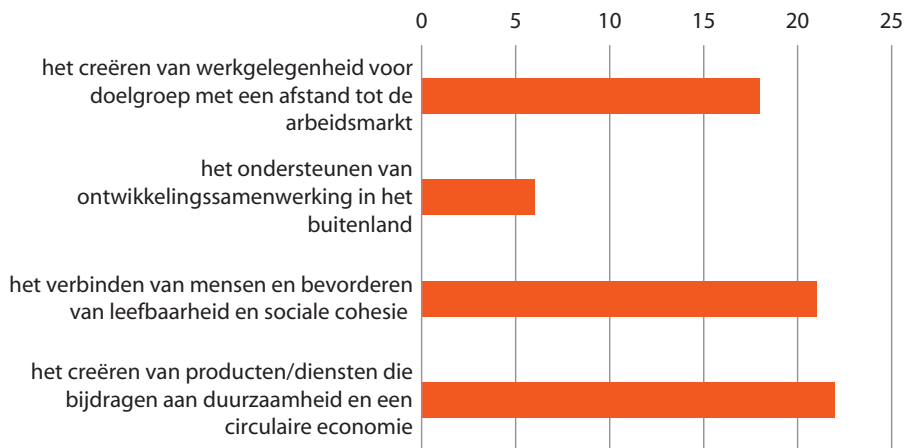
logies, kringloop en maaltijd- en drankverstrekking. We hebben op onze enquête reacties gehad van sociale ondernemingen die net zijn begonnen, maar ook van ondernemingen die al geruime tijd bestaan, zelfs langer dan tien jaar (figuur 4). Alle levensfasen komen dus voor, al moeten we wel constateren dat de helft van de sociale ondernemingen korter dan vijf jaar bestaat. Dat betekent dat een deel de kritische periode van drie jaar nog niet voorbij is en het voor deze sociale ondernemingen onzeker is of ze het hoofd boven water gaan houden. Veel ondernemers zijn nog op zoek naar hun (definitieve) business model, mede door de fase waarin ze zich bevinden en omdat het ontwikkelen van een business model niet de primaire insteek was voor de oprichting van de onderneming.

Doelen

De dertig sociale ondernemingen richten zich op uiteenlopende maatschappelijke doelen. Ontwikkelingssamenwerking is het minst vaak genoemd als maatschappelijk doel, terwijl duurzaamheid/circulaire economie; leefbaarheid en sociale cohesie en bevorderen van arbeidsparticipatie alle drie ongeveer even vaak genoemd zijn (figuur 5 op de volgende pagina). Dat het ondersteunen van ontwikkelingssamenwerking in het buitenland

Voorbeeld De Verbinding

De verbinding is een constructiebedrijf in hout en aluminium. De medewerkers zijn bijna allemaal doof. De Verbinding biedt vast werk aan mensen met een lastige handicap, een werkomgeving waar doven elkaar verstaan en hun vakmanschap volledig tot zijn recht komt.



Figuur 5. Maatschappelijke doelen

NB: de aantallen tellen niet op tot 30, omdat meerdere antwoorden mogelijk waren.



Figuur 6. Gewenste ondersteuning

in Noord-Nederland een duidelijk lagere prioriteit heeft dan in de landelijke monitor, is te verklaren vanuit het feit dat bedrijven die zich hiermee bezig houden veelal in de Randstad gevestigd zijn en juist niet in Noord-Nederland.

Knelpunten

In Noord-Nederland worden veelal dezelfde knelpunten genoemd als in de Social Enterprise Monitor. Als grootste knelpunt wordt in ons onderzoek aangegeven: het meten en zichtbaar maken van maatschappelijke waarde (social impact). Slechts 18 procent van de onderzochte sociale ondernemingen meet zijn social impact, dit percentage is veel lager dan de 61 procent uit de landelijke Social Enterprise Monitor 2016. Dit heeft vooral te maken met de ontwikkelfase van de sociale ondernemingen in Noord-Nederland: het is een knelpunt dat pas ervaren gaat worden ná de opstartfase en we hebben eerder geconstateerd dat meer dan de helft van de sociale ondernemingen in onze regio nog maar kort bestaat. Net als in de rest van Nederland geven bedrijven aan dat gebrek aan geld de

belangrijkste reden is voor het niet meten en zichtbaar maken van hun social impact. Veel methodieken (zoals de PSO-ladder⁷) zijn complex en duur, onder andere doordat er een externe certificerende instantie bij betrokken is. Het niet in kaart brengen van social impact kan een groot probleem zijn voor sociale ondernemingen, omdat zij zich immers expliciet en primair op hun maatschappelijke doelstelling richten en zich op basis van deze missie, in plaats van op basis van louter financiële kengetallen, moeten onderscheiden van ‘traditionele’ organisaties, bijvoorbeeld in de profilering naar potentiële opdrachtgevers.

Dit speelt ook door in een ander groot knelpunt: 43 procent van de respondenten geeft aan dat herkenning en erkenning als knelpunt wordt gezien. Ook dit percentage ligt veel hoger dan het landelijke percentage van 14 procent in de Social Enterprise Monitor van 2016. Sociale ondernemingen ervaren dat er in het algemeen nog weinig bekendheid is met sociaal ondernemen. Ze kunnen vaak niet op prijs concurreren en dus zijn ze vaak afhankelijk van de ‘gunfactor’ bij het verkrijgen van opdrachten.

In aanbestedingen⁸ geldt weliswaar de SROI-verplichting (Social Return on Investment⁹), maar niet alle aanbestedingsplichtige organisaties geven hier al invulling aan. En zelfs als er in de aanbesteding wél aandacht aan wordt besteed is het gunningscriterium SROI van veel minder gewicht dan prijs of kwaliteit.

Investeerdere

Verder ervaren de sociale ondernemingen belemmeringen bij het verkrijgen van financiële middelen. In de Social Enterprise Monitor van 2014, 2015 en 2016 werd door respectievelijk 47 procent, 22 procent en 15 procent van de gevallen het verkrijgen van financiële middelen als knelpunt gezien. In Noord-Nederland is dat momenteel 47 procent.

Sociale ondernemingen passen vaak nieuwe en innovatieve bedrijfsconcepten toe die nog niet bewezen rendabel zijn of waar in elk geval investeerders (nog) niet mee bekend zijn. Hierdoor is het voor veel traditionele investeerders een drempel om in dit type onderneming te investeren. Bovendien zijn investeerders doorgaans gewend om vooral de economische waarde te beoordelen bij hun keuze voor investering en ze weten niet goed hoe om te gaan met maatschappelijke waardecreatie.

Er zijn echter wel kansen voor sociale ondernemingen op het gebied van het verkrijgen van financiering. De Social Enterprise Monitor 2016 laat zien dat er steeds meer en nieuwe investeringsvormen en bronnen beschikbaar komen. Zo zijn er verschillende investeringsfondsen gericht op sociaal ondernemen, informele investeerders en filantropen die zich bezig houden met het ondersteunen van maatschappelijke waarde creatie via sociale ondernemingen. Ook ‘social impact bonds’ zijn in opkomst, waarbij verschillende investeerders vanuit overheids-, commerciële en eventuele particuliere instellingen gezamenlijk een sociale onderneming financieren, ieder voor een deel. De sociale ondernemingen in ons onderzoek hebben met name behoefte aan ondersteuning op het gebied van: (1) het meten en zichtbaar maken van maatschappelijke waarde en (2) PR en publiciteit rondom het begrip sociaal ondernemen (figuur 6). Daarnaast is er

Voorbeeld Van Hulley

Van Hulley maakt van je favoriete overhemd een unieke boxershorts. Er werken vrouwen die geholpen worden richting arbeidsmarkt: ze halen een diploma, doen werkervaring op en ontdekken hun talenten.



ook behoefte aan ondersteuning bij het verkrijgen van (overheids)financiering.

Handvatten

Wanneer we de resultaten van ons onderzoek vergelijken met de landelijke cijfers, dan kunnen we concluderen dat Noord-Nederland enigszins achterloopt bij de rest van Nederland (de Randstad). Er ligt voor Noord-Nederland een belangrijke opgave in het stimuleren en beschermen van start-ups, en het doorontwikkelen van de ondernemingen in de start-up- en professionaliseringsfase. De omvang van de meeste sociale ondernemingen in de regio is feitelijk nog te klein om het maatschappelijke probleem waar ze voor zijn opgericht echt op te lossen. Hiervoor is groei noodzakelijk. Zodra er in de regio een aantal toonaangevende en aansprekende voorbeelden van sociaal ondernemerschap zijn (zie kaders), kan Noord-Nederland zich beter positioneren als een geschikte en interessante locatie voor sociale ondernemingen.

De resultaten van het onderzoek geven een aantal handvatten voor het vormgeven van ondersteuning aan sociaal ondernemers in Noord-Nederland. De volgende aanbevelingen zijn gedaan, c.q. al concreet in gang gezet:

- Samen met ondernemers en inkoopers een eenvoudige en efficiënte methode ontwikkelen voor het uitvoeren van impactmetingen, zodat dit daadwerkelijk tot een grotere gun-

ningskans leidt bij offertes en aanbestedingen.

- Faciliteren van kennisdeling tussen sociale ondernemingen, in de vorm van een regionaal 'Platform Sociaal Ondernemen' vóór en door sociaal ondernemers. (zoals onlangs in Assen is gestart). Een dergelijk platform kan voorzien in het verbinden van sociale ondernemingen; het profileren en uitdragen van lokale sociale ondernemingen; het organiseren van toonaangevende en inspirerende evenementen.
- Vanuit een dergelijk platform zou een Jaarprogramma Sociaal Ondernemen ingericht kunnen worden om het ontstaan, de ontwikkeling en de groei van sociale ondernemingen te bevorderen. In dit jaarprogramma zouden zaken als workshops, coaching en trainingen opgenomen kunnen worden. Het reguliere bedrijfsleven kan een rol spelen bij het Jaarprogramma, door kennis en ervaring uit de reguliere sector te delen met (startende) sociale ondernemingen.
- Het is noodzakelijk om de samenwerking vanuit sociale ondernemingen met overheden (en het grotere bedrijfsleven) te verbeteren. Om dit te waarborgen is aan de gemeente Groningen aanbevolen een 'Chef Sociaal Ondernemen' in te stellen. Het doel van deze maatregel is vooral gelegen in het vergroten van financieringsmogelijkheden of -regelingen en verbetering van kansen bij aanbestedingen en versterken van sociale inkoop.

Met het implementeren van deze aanbevelingen kan er op de langere termijn worden toegewerkt naar een ecosysteem waarin de positie en de groeimogelijkheden van sociale ondernemingen in Noord-Nederland wordt versterkt en de maatschappelijke waarde van deze sociale ondernemingen wordt erkend. We streven er naar om de ontwikkeling van sociale ondernemingen in Noord-Nederland te blijven monitoren, op vergelijkbare wijze als in dit artikel beschreven. ■

Claudia van Orden is docentonderzoeker Marian van Os Centrum voor Ondernemerschap, Hanze Hogeschool Groningen, c.y.d.van.orden@pl.hanze.nl.

Huib van Kampen was ten tijde van het onderzoek student Bedrijfskunde, Hanze Hogeschool Groningen.

Noor van Leeuwen is coördinator MVO Alliantie Noord-Nederland.

Jan Willem Wennekes is adviseur Buro Bries, Groningen.

Noten

- 1 SER Noord Nederland (2017), *Het werkend alternatief voor Noord-Nederland. De Noordelijke aanpak maakt het verschil*. Groningen.
- 2 Sociaal Economische Raad (SER). (2015). *Sociale ondernemingen: een verkennend advies*.
- 3 European Commission. (2011). *Communication from the commission to the european parliament, the council, the european economic and social committee and the committee of the regions - social business initiative - creating a favourable climate for social enterprises, key stakeholders in the social economy and innovation*. Brussel: European Union.
- 4 Sociaal Economische Raad (SER). (2015). *Sociale ondernemingen: een verkennend advies*.
- 5 Dagevos, M.Kiers, J. Kors, J. & Verhagen, P. (2015) *Voor een goede zaak. Sociaal ondernemen in theorie en praktijk*. Bussum: Coutinho.
- 6 Social Enterprise NL. (2016) *Social Enterprise Monitor 2016*. Amsterdam.
- 7 Prestatieladder Socialer Ondernemen <http://www.pso-nederland.nl/>
- 8 Als de overheid een opdracht wil laten uitvoeren kunnen bedrijven zich hiervoor aanmelden en een offerte indienen. Dit heet een *aanbesteding*.
- 9 Social return afspraken hebben als doel een bijdrage te leveren aan het vergroten van de arbeidsparticipatie van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt en worden als onderdeel bij aanbestedingen verplicht gesteld.