

Mei 2015

RAPPORT

Quick scan: Aard, omvang en impact van maatschappelijk initiatief

In opdracht van

Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties

Auteurs

Floor Basten
Antoine Heideveld
Kristel Logghe
Marieke Verhagen

Redactie:
Bart van Ratingen

Titel:

Quick Scan: Aard, impact en omvang maatschappelijk initiatief

Auteurs:

Floor Basten
Antoine Heideveld
Kristel Logghe
Marieke Verhagen

Redactie: Bart van Ratingen

Den Haag, mei 2015.



Dit werk is gelicenseerd onder een Creative Commons Naamsvermelding-GeenAfgeleideWerken 3.0 Nederland. Bezoek <http://creativecommons.org/licenses/by-nd/3.0/nl/> om een kopie te zien van de licentie of stuur een brief naar Creative Commons, 444 Castro Street, Suite 900, Mountain View, California, 94041, USA.

Inhoud

1. De opkomst van het maatschappelijk initiatief	5
2. Een 'quick scan'	5
3. De aard van maatschappelijke initiatieven	7
4. De omvang van maatschappelijke initiatieven in cijfers	9
5. De impact en potentie van maatschappelijke initiatieven	12
6. Conclusie: paradox of een nieuw tijdperk?	23
7. Aanbeveling voor vervolgonderzoek	26
8. Literatuuropgave	27
9. Bijlagen	30

1. De opkomst van het maatschappelijk initiatief

De verhouding tussen burger, overheid en markt is fundamenteel aan het veranderen. Op tal van terreinen ontstaan nieuwe maatschappelijke initiatieven: mensen die samen met lokale ondernemers een energievoorziening oprichten; buurtbewoners die samen de zorg voor hulpbehoevende ouderen organiseren; burgers die samen met de gemeente werken aan het groenbeheer in de straat; burgers die samen stadsgroentetuinen onderhouden; voedselcoöps; auto-deelinitiatieven; enzovoorts.

Of het nu gaat om burgerinitiatieven, ondernemende gemeenschappen, wijkondernemingen, coöperaties of social enterprises: er is sprake van een brede beweging van 'zelforganisatie' op het gebied van zorg en welzijn, arbeid, onderwijs, openbare leefruimte, milieu/circulaire economie, voedsel, energie, sociale cohesie en armoede.

Op zichzelf is maatschappelijk initiatief natuurlijk niets nieuws. Al eeuwen lang is in Nederland een sterk maatschappelijk middenveld actief. Variërend van zorg aan de armen tot het verengingsleven. Er zijn al jaar en dag maatschappelijke initiatieven die actief zijn om het welzijn in Nederland te verhogen. Hiervoor worden over de jaren heen verschillende termen gebruikt. Maatschappelijk middenveld, maatschappelijk initiatief, particulier initiatief, derde of non-profitsector: het zijn enkele begrippen om organisaties aan te duiden waarin in Nederland vanouds het vrijwillige engagement van burgers tot uitdrukking komt en waardoor een groot deel van de diensten van de verzorgingsstaat wordt geleverd. Steeds zijn deze initiatieven op zoek naar invulling van de behoeften vanuit de samenleving die past bij het tijdsgewricht. Bijvoorbeeld: toen in de 18de eeuw de verzorgingsstaat nog weinig invulling had en de stedelijke problematiek toenam kwamen er meer organisaties die mensen die in armoede leefden hielpen. Steeds staan bij de invulling van het maatschappelijk initiatief de behoeften van nu van de maatschappij centraal ¹.

Wat nieuw lijkt te zijn, is de aard en omvang van deze ontwikkelingen en de middelen die mensen tot hun beschikking hebben (met als belangrijkste 'driver' internet). Wat ook nieuw is, is de belofte die de overheid zélf ziet in het maatschappelijk initiatief. Al dan niet onder druk van economische stagnatie, dicht de overheid burgers steeds vaker een zelfredzame rol toe als het gaat om zorg, welzijn en participatie (de 'participatiesamenleving').

Tegelijkertijd is een veelgehoorde klacht van maatschappelijke initiatieven dat ze zich tegengewerkt voelen door de overheid. Daaruit kan worden opgemaakt dat zowel de Rijksoverheid als lagere overheden worstelen met hun rol. Enerzijds omarmen zij maatschappelijk initiatief, anderzijds krijgen zij er moeilijk grip op en vinden ze het lastig om te bepalen wat zij het beste kunnen doen om maatschappelijk initiatief te faciliteren.

¹ Vrij naar: Particulier initiatief en publiek belang, SCP 2002

2. Een 'quick scan'

Kortom, bij ministeries, provincies en gemeenten is er behoefte aan een duiding van de betekenis van de opkomende maatschappelijke initiatieven: over wat voor initiatieven gaat het precies, en wat kunnen overheden ervan verwachten? Welke omvang heeft maatschappelijk initiatief en sociaal ondernemerschap in Nederland en wat betekent dit voor het openbaar bestuur?

Om die reden heeft het Ministerie van BZK aan een wetenschappelijke coalitie van Het Groen Brein, Drift en se.lab gevraagd een 'quick scan' uit te voeren. De kernvraag van de Studiegroep Openbaar Bestuur luidde daarbij als volgt:

Hoe kan de inrichting en werkwijze van het Nederlandse openbaar bestuur beter aansluiten bij huidige en toekomstige maatschappelijke en economische ontwikkelingen?

In de taakopdracht werden de volgende dialoogvragen geformuleerd:

- > Herkent u de opkomst van maatschappelijk initiatief en sociaal ondernemerschap in Nederland?
- > Wat ontluikt, wat sterft af, waar gaat het volgens u heen?
- > Wat is volgens u de impact van deze nieuwe sector op de toekomst van Nederland?
- > Wat betekent dit volgens u voor het openbaar bestuur? Voor bestuurders? Voor ambtenaren?
- > Welke aspecten zijn daarbij volgens u het belangrijkste? Denk aan beleid, informatie, financiering, rechten, regels, ondersteuningsstructuur, houding en gedrag.

Overkoepeld doel van de quick scan is om meer inzicht te krijgen in:

(1) de aard van deze maatschappelijke beweging, ofwel: hoe zijn de verschillende soorten maatschappelijke initiatieven te typeren?

(2) de omvang van deze maatschappelijke beweging, ofwel: wat is bekend over de hoeveelheid en omvang van deze initiatieven binnen verschillende sectoren/domeinen?

(3) de impact van deze maatschappelijke beweging duiden, ofwel: op welke wijze wordt gekeken – of zou gekeken moeten worden – naar de (potentiële) impact van dit soort initiatieven?

Deze vragen zijn beantwoord via een uitgebreide literatuurscan, analyse van bestaande data, extrapolatie van die data op eigen inzicht, interviews en focusgroepen (voor meer informatie over de opzet van het onderzoek, zie bijlage 1). Deze aanpak heeft geresulteerd in dit rapport, dat een aantal eerste inzichten biedt in de aard, omvang en impact van maatschappelijk initiatief en sociaal ondernemerschap in Nederland. Daarnaast werpen we een aantal fundamentele vragen op over de huidige monetair-economische ordening in Nederland, en de rol van het openbaar bestuur om ontluikende alternatieven te verkennen en te ondersteunen.

Waarom een quick scan in deze opzet?

- > Er zijn inmiddels diverse studies die ingaan op de aard, omvang en impact van maatschappelijk initiatief. Echter, deze studies zijn verschillend van aard en gaan steeds in op verschillende doorsnedes van maatschappelijke initiatieven. Wat ontbreekt is een overkoepelend beeld.
- > Een quick scan kan richting geven aan verdere kennisontwikkeling op dit terrein, met name naar manieren om maatschappelijke waarde/impact te meten en inzichtelijk te maken.
- > Ambtenaren die willen inspelen op dit soort initiatieven krijgen op basis van deze scan meer handvatten om gericht te acteren. Maatschappelijk initiatief en (rijks)overheid die samen werken aan transitie, hoe doe je dat?

3. De aard van maatschappelijke initiatieven

De woorden ‘maatschappelijke initiatieven’ en ‘het produceren van publieke waarde’ zijn containerbegrippen. Met het grootste gemak is daar de hele samenleving onder te scharen: ambtenaren, (publieke) professionals, burgers en ondernemers creëren immers allemaal waarde voor de samenleving; ze zijn er immers onlosmakelijk onderdeel van. De eerste uitdaging, voordat we iets over aard, omvang en impact kunnen zeggen, is dus de afbakening van het begrip ‘maatschappelijk initiatief’. Daarvoor bouwen we voort op de definitie zoals gegeven door de Raad voor de financiële verhoudingen (2014), met aanvulling door DRIFT (2014):

Met ‘maatschappelijk initiatief’ worden ... die activiteiten aangeduid, waarbij (groepen van) burgers en/of bedrijven zich inzetten voor een taak of belang waar zij zelf en/of anderen een publieke waarde aan toekennen; dit kan betaald of onbetaald zijn en non-profit of winstgevend mits de publieke waarde leidend is voor handelen. (cursief toegevoegd door DRIFT, 2014)

Uit deze definitie volgt dat puur vrijwilligerswerk, dat onverplicht en onbetaald wordt uitgevoerd bij bestaande maatschappelijke organisaties (zoals sportverenigingen, scouting etc), niet als ‘maatschappelijk initiatief’ moet worden gezien; het blijft dan ook buiten beschouwing in deze quick scan. Het gaat om personen die – al dan niet betaald – zelf het initiatief hebben genomen om zich in te zetten voor een taak of belang waaraan zij zelf en/of anderen een publieke waarde toekennen.

Globaal kunnen maatschappelijke initiatieven getypeerd worden aan de hand van diverse continua (vanaf hier assen genoemd) van onderscheidende criteria:

- informeel --- formeel/rechtsvorm
- 100% voltijds werknemers --- 100% vrijwilligers
- verticaal georganiseerd --- horizontaal georganiseerd
- publiek geld --- geld uit eigen onderneming
- samenwerking in keten/netwerk --- geen samenwerking in keten/netwerk
- impact op de buurt/een doelgroep --- impact op de Nederlandse samenleving
- directe impact --- impact op langere termijn
- fysiek --- virtueel
- eenmalige impact --- structurele impact

Als we iets zinnigs willen zeggen over de aard van maatschappelijke initiatieven, dan blijken met name de assen informeel/rechtsvorm, betaalde/niet betaalde werknemers en publiek geld/geld uit eigen onderneming bepalend. In [bijlage 4](#) wordt dit inhoudelijk onderbouwd op basis van verschillende definities, afbakeningen en visies op maatschappelijk initiatief, door een aantal belangrijke onderzochte veldpartijen verwoord.

Voor hier volstaat de conclusie dat er grofweg onderscheid kan worden gemaakt tussen vier typen maatschappelijk initiatief:

1. Sociale ondernemingen/sociaal ondernemers

Van giften en subsidies onafhankelijke ondernemingen die het realiseren van maatschappelijke waarde als hun primaire doelstelling hanteren. Onder andere leden van Social Enterprise NL.

2. Lokale fondsen

Fondsen die zijn opgericht door buurtbewoners en op deze manier de financiering van lokale initiatieven mogelijk maken.

3. Wijkondernemingen

Groepen wijkbewoners die binnen een geïnstitutionaliseerd verband (bijvoorbeeld een stichting of coöperatie) gezamenlijk iets ‘ondernemen’ ter verbetering van de leefomstandigheden van omwonenden of de leefbaarheid van de wijk.

4. Buurtinitiatieven/buurtcommunities

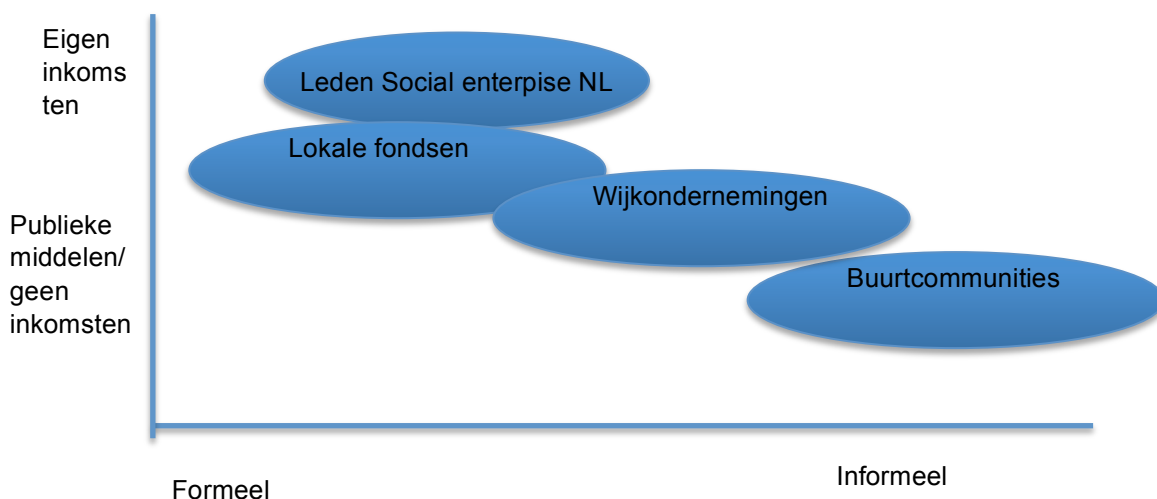
Kleinschalige, ad hoc georganiseerde initiatieven rondom een bepaald maatschappelijk vraagstuk in een wijk.

Tussen deze vier categorieën is de nodige overlap. Kern is steeds dat bij alle initiatieven het oplossen van het maatschappelijke vraagstuk centraal staat. Maar verder zijn bij deze initiatieven zowel betaalde krachten als onbetaalde krachten werkzaam, zijn organisatiestructuren zowel formeel als informeel en zijn inkomsten zowel afkomstig uit eigen inkomsten (levering van producten en diensten in de markt of opdrachtverstrekkingen) als van subsidies of donaties.

Duidelijk wordt ook dat een traditionele indeling geen hout snijdt. Daarin worden bedrijven gekenmerkt door een formele organisatie, met inkomsten uit eigen onderneming (winstoogmerk) en met betaalde arbeidskrachten in dienst. Formele organisaties zonder winstoogmerk/niet-commerciële partijen zijn NGO's die zich bekommeren om maatschappelijke vraagstukken. Het verschil tussen bedrijven en NGO's is in de meer traditionele sfeer helder en hard te maken. Bij maatschappelijke initiatieven is er echter sprake van een min of meer glijdende schaal, waarbij de verschillende partijen alle kenmerken hebben van de drie assen.

Wel blijkt dat social enterprises vaker dan de andere type initiatieven te vinden zijn op de formele kant van de as, met betaalde medewerkers en met inkomsten uit eigen onderneming.

Schematisch kunnen twee assen en vier typen initiatieven als volgt worden weergegeven:



Figuur 1. Schematische weergave verdeling maatschappelijke initiatieven naar type initiatief

4. De omvang van maatschappelijke initiatieven in cijfers

Wie iets wil zeggen over de omvang van maatschappelijke initiatieven moet niet alleen het aantal initiatieven in kaart brengen, maar ook het aantal betrokken personen, het bereik, het aantal mensen dat werkzaam is bij maatschappelijke initiatieven en, voor zover bekend, de omzet van social enterprises. Deze exercitie is inhoudelijk uitgewerkt in [bijlage 5](#). Hieronder presenteren we de belangrijkste conclusies.

a. Aantal initiatieven

Op basis van de door ons gevonden aantallen, concluderen wij dat de eerdere inschatting van Greenwish van 10.000 maatschappelijke initiatieven en de inschatting van McKinsey van 3.000 social enterprises gerechtvaardigd zijn. De overige twee categorieën (lokale fondsen en wijkondernemingen) zijn veel kleiner van omvang en worden in de tellingen meegenomen met een van de andere categorieën. Tussen de 10.000 maatschappelijke initiatieven en de 3.000 social enterprises is een zekere mate van overlap. De twee categorieën kunnen dus niet bij elkaar worden opgeteld.

b. Aantal betrokken personen

Bij Nudge is onderzocht hoeveel mensen er betrokken zijn per initiatief. Gemiddeld zijn er bij de bij Nudge aangesloten initiatieven 75 personen per initiatief betrokken. Uitgaande van een schatting van 10.000 maatschappelijke initiatieven levert dat 750.000 betrokken personen op. Jan Rotmans van DRIFT gaat evenwel uit van een schatting van 250.000 betrokken personen. Samen leveren deze getallen een inschatting op met een ruime marge: tussen 250.000 en 750.000 mensen zijn direct betrokken bij maatschappelijke initiatieven.

c. Bereik

De MAEXchange maakt de maatschappelijke waarde van (de sector van) initiatieven transparant. Daarbij is onder andere het bereik van de initiatieven onderzocht. Hieruit komt naar voren dat met de 374 initiatieven die in januari 2015 zichtbaar waren 580.808 personen worden bereikt (inclusief de meewerkende vrijwilligers). Het gaat hierbij om het aantal personen dat op een of andere manier welzijn ondervindt van een initiatief. Het gaat bijvoorbeeld niet om mediabereik. Een gemiddeld initiatief in de MAEXchange bereikt 1552 personen. Daarbij moet worden aangetekend dat het bereik van de initiatieven sterk uiteen loopt. Op basis van deze gegevens hebben de onderzoekers van de quickscan een extrapolatie uitgevoerd. Als wij, uitgaande van de schatting van 10.000 initiatieven in deze quick scan, de gegevens van de MAEXchange extrapoleren, zou een gemiddeld bereik van 1552 personen per initiatief een totaal bereik van 15.520.000 mensen betekenen, ofwel het overgrote deel van de Nederlandse bevolking. Waarschijnlijk gaat deze extrapolatie deels mank omdat niet getoetst is of de in MAEX opgenomen initiatieven gemiddeld zijn qua omvang en bereik. Toch geeft het wel een beeld van de grote omvang van het bereik van de initiatieven. Bijna elke Nederlander komt er linksom of rechtsom mee in aanraking.

d. Aantal medewerkers

Het aantal betaalde medewerkers is macro-economisch gezien een bijzonder interessant gegeven. Gezien de diversiteit van de initiatieven zijn hier echter geen harde getallen over. Er is echter wel een en ander over bekend. Zo is bijvoorbeeld in de MAEXchange het aantal betaalde medewerkers onderzocht. Door de gemiddelden uit dit onderzoek te extrapoleren komen we uit op 17.000 werknemers in deze sector. Daarnaast zijn er circa 470.000 vrijwilligers bij de initiatieven betrokken die zich ruim een dag in de week inzetten. Dit komt neer op in totaal 116.000 FTE.

e. Omzet en aantal FTE bij social enterprises

Over 2012 en 2013 heeft Social Enterprise NL de Social Enterprise Monitor 2013 en 2014 gepubliceerd. De werkgelegenheid binnen de onderzochte bedrijven is de afgelopen twee jaar met

12% toegenomen (Social Enterprise NL, 2015). De ontwikkeling van de werkgelegenheid binnen de social enterprise sector gaat dus tegen de trend van het reguliere MKB in, waar de werkgelegenheid tussen 2012 en 2014 is gedaald. Uit de studie van McKinsey (2011) bleek dat er naar schatting tussen de 24.000 en 30.000 voltijds banen zijn in de sector social enterprises.

Omzet (2013): schatting op basis van De Social Enterprise Monitor 2014 (figuur 3): 130 miljoen op basis van omzetcijfers van 93 leden. De extrapolatie die tijdens het onderzoek naar de quickscan is uitgevoerd levert interessante cijfers op: Als we deze cijfers namelijk doortrekken naar de schatting van in totaal 3.000 social enterprises dan komen we op een omzet van 4 miljard euro.

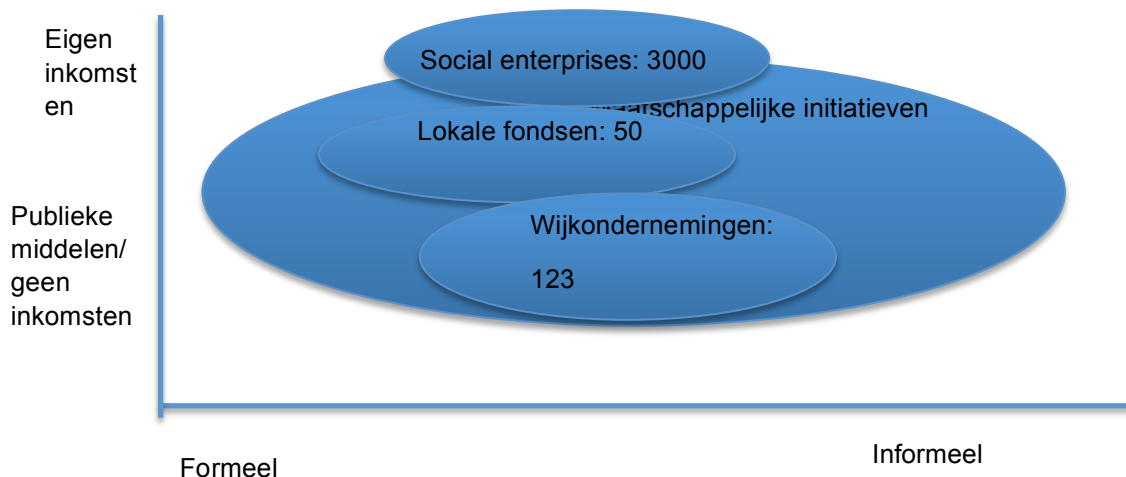
Samengevat levert dit alles het volgende overzicht op:

Type gegevens	Aantal
Aantal maatschappelijke initiatieven	10.000
Aantal social enterprises	3.000
Omzet social enterprises	4 miljard euro (schatting)
Aantal betaalde werknemers	17.000 bij maatschappelijke initiatieven en 24.000/30.000 bij social enterprises. In totaal zijn dit tussen de 41.000 en 47.000 banen
Aantal vrijwilligers	470.000

In het vorige hoofdstuk hebben we een aantal typologieën benoemd die relevant zijn bij de inkadering van maatschappelijke initiatieven. Hieruit hebben we de drie meest relevante centrale assen gedestilleerd:

- informeel --- formeel/rechtsvorm
- 100% voltijds werknemers --- 100% vrijwilligers
- publiek geld --- geld uit eigen onderneming

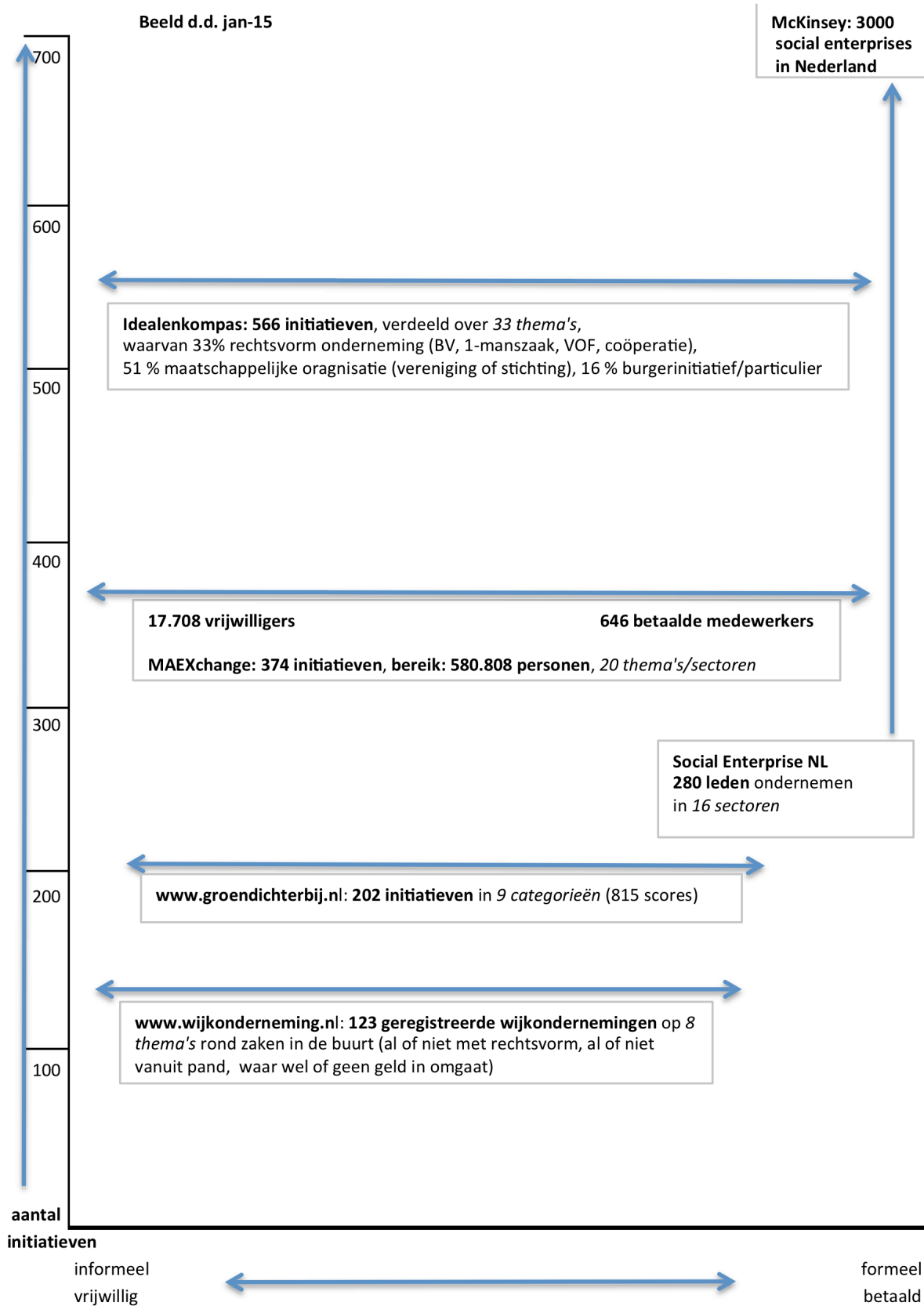
Schematisch in aantallen ziet dit er als volgt uit:



Figuur 2. Schematische weergave maatschappelijke initiatieven naar aantallen.

In het volgende schema zijn de aantallen verder uitgesplitst zijn op de as formeel/informeel en betaald werk/vrijwilligers:

Beeld d.d. jan-15



5. De impact en potentie van maatschappelijke initiatieven

In dit laatste hoofdstuk verkennen we de impact² van maatschappelijke initiatieven op de Nederlandse maatschappij en daarbij ook het openbaar bestuur. We focussen ons hierbij in eerste instantie op het economische domein omdat dit met alle andere maatschappelijke domeinen verweven is. Specifiek hebben we gekeken naar maatschappelijke initiatieven die qua activiteiten en ideeën sterk afwijken van de huidige monetair-economische inrichting³. Daarvan zijn we drie vormen tegengekomen: complementaire munten, deeleconomie en alternatieve financiering (crowdfunding en kredietunies). Hoewel de nadruk in deze verkenning ligt op de impact en potentie van deze drie, laten we voor de volledigheid ook andere alternatieven kort de revue passeren.

A. Het huidige Nederlandse monetair-economische systeem: kenmerken

Om te bepalen wat alternatieven zijn, hebben we kenmerken van de huidige dominante structuur, cultuur en werkwijzen in het Nederlandse monetair-economische systeem op een rijtje gezet:

Structuur

- Actoren in bank- en verzekeringswezen geven en beheren economische en financiële producten o.a. (spaar)rekeningen, verzekeringen, leningen en pensioenen.
- Financiële markt en reële markt bestaan los van elkaar; de laatste is qua geldhoeveelheid een fractie van de eerste.
- Verbonden met internationale financiële markt en wereldhandel.
- Belasting wordt m.n. geheven op arbeid en minder op grondstoffen.
- Rente is essentieel voor het voortbestaan van het huidige systeem.
- Geldschepping is gebaseerd op schuld en geld wordt m.n. in omloop gebracht door private banken.
- Geld is m.n. digitaal georganiseerd maar heeft ook tastbare *tokens*.
- Bezit van goederen en gebruik behouden aan individu/ kleine groep.

Cultuur

- Gebaseerd op paradigma van schaarste.
- Waarde wordt uitgedrukt in geld.

Werkwijzen

- Productie & consumptie georganiseerd op lineaire manier.
- Inkomen is gebaseerd op arbeid, vermogen of uitkering.
- Geld wordt ingezet als waardenmiddel voor transacties.
- Herkomst van geld en route die het heeft afgelegd, is onoverzichtelijk.
- Euro is reguliere betaalmiddel en kan overal in Nederland (en daar buiten) gebruikt worden.

Bovenstaande elementen vormen de ruggengraat voor de gangbare manier van het economische denken en doen in Nederland. Echter, soms vraagt de maatschappij iets anders dan de monetair-economische inrichting kan leveren. Dit wordt onder andere duidelijk als:

- Mensen invloed willen uitoefenen op wat er gebeurt in eigen straat of wijk
- Mensen een uitweg zoeken omdat bestaande financieringsproducten tegenwerken
- Mensen andere waarden dan financiële een plek willen geven in het dagelijks handelen.

² Impact definiëren we als het geheel van effecten die door gevolg van activiteiten en/of aanwezigheid van een entiteit (hier: maatschappelijk initiatief) tot stand zijn gekomen.

³ Met monetair-economische inrichting bedoelen we structuren, werkwijzen en onderliggende waarden die transacties met geld als waardenmiddel vormgeven (zoals geld scheppen, kopen, lenen, verzekeren).

Alternatieven in het brede economische domein, gedragen door maatschappelijke initiatieven maar ook door 'reguliere ondernemers', onderscheiden zich doordat ze een of meerdere van onderstaande principes als leidraad gebruiken:

- andere principes zoals overvloed en wederkerigheid als vertrekpunt nemen
- andere rekeneenheden, zoals tijd, als ruileenheid gebruiken
- consumptie anders organiseren – denk aan delen, al dan niet tegen (financiële) vergoeding
- 'beloning' anders organiseren – denk aan basisloon
- andere waarden dan puur financiële waarden, zoals sociale meerwaarde, persoonlijke ontwikkeling, cohesie, schone lucht, waterkwaliteit, gelijkwaardigheid etc.
- cirkel van consumptie en productie sluiten: de circulaire economie
- bij andere actoren (peer-to-peer) aankloppen voor 'financiële' producten: crowdfunding, crowdsourcing, pensioen en verzekering

Er zijn overigens grote verschillen in de radicaliteit waarmee deze principes worden toegepast door maatschappelijke initiatieven. Zo is er een grote diversiteit bij initiatieven die zich bezighouden met de economie: van compleet marktgericht tot gebaseerd op de wens om totaal weg te bewegen van geld naar een 'geefeconomie'.

Bij crowdfunding staat het gebruik van de euro niet ter discussie, maar is de toegankelijkheid en laagdrempeligheid van het verkrijgen van krediet de nieuwe insteek. Daarentegen willen sommige complementaire-munt-initiatieven compleet afstand nemen van de huidige manier waarop we met geld omgaan en ons economisch systeem hebben ingericht. Initiatiefnemers van andere lokale muntsystemen stellen dat het bestaan van meerdere, aanvullende, muntsystemen de meest veerkrachtige oplossing zal zijn – de euro kan er daar een van zijn.

B. Impact maatschappelijke initiatieven binnen het huidige Nederlandse monetair-economische systeem

B1. Financiële en economische impact: werkgelegenheid, omzet en BNP

Uit de uitvraag van BZK blijkt dat het ministerie gestuurd wordt op gekwantificeerde informatie ofwel 'harde cijfers' over zaken zoals werkgelegenheid, winst en omzet. Met betrekking tot maatschappelijke initiatieven geldt echter dat er nog weinig (specifieke) cijfers beschikbaar zijn. Ook zijn de cijfers moeilijk te vergelijken.

Op basis van de informatie die beschikbaar is, komen we tot onderstaande schattingen omtrent de financiële impact op arbeidsplaatsen, omzet en BNP in Nederland van maatschappelijke initiatieven die zich met economische alternatieven bezighouden:

- Activiteiten van maatschappelijke initiatieven dragen 1% bij aan BNP.
- In 2014 is € 63 miljoen via crowdfunding opgehaald. Dat is een verdubbeling ten opzichte van 2013.
- Complementaire ondernemersvaluta kunnen voor 15% van omzet zorgen, zolang ze circuleren in afgescheiden omgeving.
- In Nederland zorg 60 platfora voor de economie voor 30 voltijd betaalde arbeidsplaatsen.⁴
- Omgerekend zorgen 10 complementaire munt initiatieven voor 50 voltijd arbeidsplaatsen.⁵
- Zo'n 34.000 mensen houden zich betaald of onbetaald bezig met maatschappelijke initiatieven.⁶

⁴ Dan alloceren we 5% van het opgehaalde geld aan loon.

⁵ Zuiderling gegevens, geëxtrapoleerd.

⁶ Gebaseerd op compilatietabel, zie hoofdstuk 4.

- 30% van de actieve werkloze vrijwilligers van deze maatschappelijke initiatieven, heeft afgelopen jaar weer een baan gevonden.
- Er zijn 100.000 gebruikers van deelplatformen in Nederland: dit gaat om betaalde en onbetaalde deeldiensten.

Na dit overzicht richten we ons nu op de drie vormen van 'economische' maatschappelijke initiatieven, die in aantal, aantal deelnemers en hoeveelheid geld het grootste zijn: crowdfunding, deeleconomie en complementaire munten

Crowdfunding

Crowdfunding werkt min of meer als 'vele handen maken licht werk': een financiering of investering is gebaseerd op (relatief) kleine beetjes inleg van veel verschillende mensen. In 2014 werd er € 63 miljoen via crowdfunding opgehaald. Dat is een verdubbeling ten opzicht van 2013. Daarbij valt op dat bij de driedeling ondernemingen (dit is inclusief sociaal ondernemers), creatieve projecten en maatschappelijke projecten de financiering van de laatste twee flink toenam. Voor maatschappelijke projecten van €1.300.000,- tot €6.500.000,- en voor creatieve projecten van €2.900.000,- naar €5.400.000,-. Dit zegt overigens niets over de impact van die projecten zelf. Ook is niet duidelijk of er anders projecten niet hadden plaats gevonden bij gebrek aan financiering.

Wel is het een indicatie van een beweging in de maatschappij. Opmerkelijk is dat ABN-AMRO sinds 2013 ook een crowdfunding platform (Seeds) voor ondernemers heeft: een gevestigde marktpartij speelt dus ook mee in 'alternatieve financiering'. Daarnaast hebben andere banken al bestaande platformen gesteund. Ook zijn er meerdere gemeenten die zich in 2014 tot crowdfunding hebben gewend om financiering voor activiteiten te verkrijgen. De sociale impact bij voornamelijk de initiatiefnemers van creatieve projecten is versterking van sociaal kapitaal. Concreet komt dit neer op persoonlijke groei: waar ben ik goed in, wie is mijn doelgroep, hoe kan ik dit met en naar anderen communiceren en waar kan ik leren van anderen die vergelijkbare projecten hebben gedaan?

Deeleconomie

Er circuleren verschillende definities van het begrip deeleconomie is. De nauwste opvatting is dat particulieren goederen delen zonder vergoeding; een wat bredere definitie omvat betaling voor onbenutte consumptiegoederen; en de breedste is "consumeren, produceren en verhandelen mensen onderling producten, diensten, kennis en geld, gefaciliteerd door peer-to-peer marktplaatsen, b2b-marktplaatsen en coöperatieven" (bron: ShareNL). Bij de breedste opvatting betreft het dus ook transacties tussen bedrijven onderling.⁷

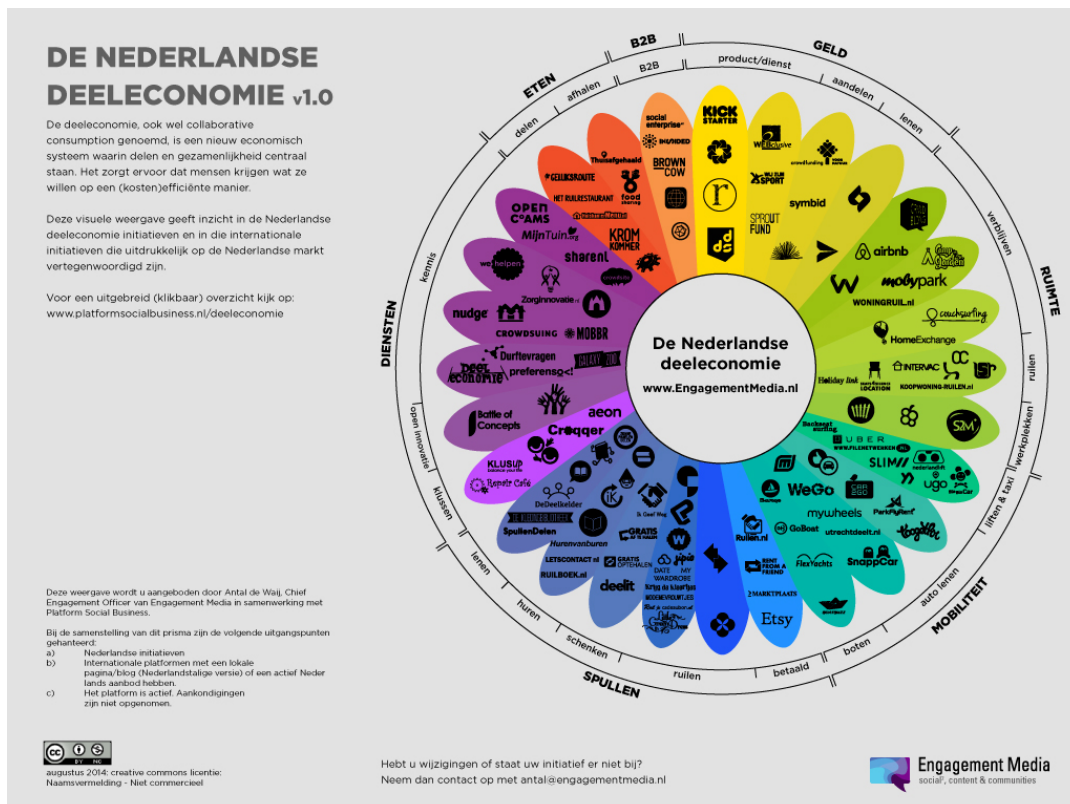
Er doen schattingen de ronde dat de deeleconomie – onder de breedste opvatting - bijdraagt aan 1% van de gehele Nederlandse economie.⁸ We hebben deze cijfers echter niet kunnen staven, dus deze moeten als een voorzichtige schatting worden gezien.

Wel zeker is dat er momenteel minstens 100.000 gebruikers zijn van deelplatformen in Nederland. Ook staat vast dat wanneer iemand begint met delen op één terrein, dit zich meestal uitbreidt naar andere terreinen. Uit recent onderzoek van een autodeelplatform, Snappcar, blijkt dit voor 20% van de deelnemers op te gaan. Ook geeft 30% van de deelnemers aan om meer dan voorheen bereid te zijn iets voor een ander te gaan doen. Diverse overheden, waaronder de Ministeries van Economische Zaken en Infrastructuur en Milieu en de gemeente Amsterdam, zijn actief bezig met verkenningen en activiteiten binnen de deeleconomie. Zo is Amsterdam de eerste Europese Sharing City. Ook heeft de Tweede Kamer zich onlangs laten informeren over de mogelijkheden van de deeleconomie.

7

<http://static1.squarespace.com/static/54ba147de4b04c160a2f6dcc/54bcd2d6e4b06de80ba65c28/54bcd2d6e4b06de80ba65cbe/1409217523000/shareNL-visual-Dutch-Sharing-Economy-c-Engagement-Media-27-08-2014.jpg?format=original> [13/02/2015]

⁸ <http://www.sharenl.nl/nieuws/?offset=1413816144000> [13/02/2015]



Figuur 3 Weergave Nederlandse deelinitiatieven per thema in 2014 (bron: Engagement Media & Platform Social Business)

Complementaire munten

Een complementaire munt is een munt die naast de huidige dominante munt (zoals euro, dollar, pond, yen, franc) bestaat. Soms zijn de systemen met elkaar verbonden, soms ook niet. In Nederland bestaan er op dit moment acht lokaal ingebedde complementaire munten. Daarnaast bestaan er in Amsterdam en Den Haag timebanks (tijd als transactie eenheid) en Bitcoin (wereldwijde digitale munt). Vanwege zijn internationale karakter hebben we Bitcoin voor deze verkenning buiten beschouwing gelaten; dit neemt niet weg dat het potentieel voor met name handel enorm kan zijn vanwege de lage transactiekosten om van een plek in de wereld naar een andere plek een bedrag over te maken.

Een van de meer succesvolle initiatieven is de Zuiderling, een munt opgestart en gebruikt in Rotterdam Zuid, met 2250 deelnemers. Er zijn met deze munt als transactiemiddel 1000 nieuwe verbindingen ontstaan en er zijn 250 voltijd werkeven aan werk verzet, alleen al in 2014. Naast een vergroot gevoel van veiligheid en plezier in de wijk, blijkt de aanpak ook relevant voor ouderen die de weg naar medische hulp nog niet hadden gevonden.

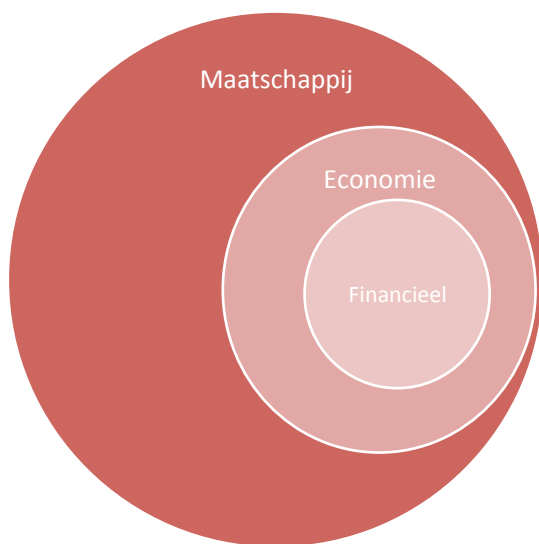
In Tholen is eind 2013 gestart met Positoos: dit project met 10.000 actieve gebruikers en 12.000 transacties per maand zal ook onderzoeken of de positoos bijdragen aan meer actieve participatie in lokale gemeenschappen.

Ondernemersvaluta zoals de DAM kunnen voor deelnemende ondernemingen, bestaand vooral uit midden- en kleinbedrijf, 15% omzet genereren zolang ze in een afgesloten omgeving circuleren.

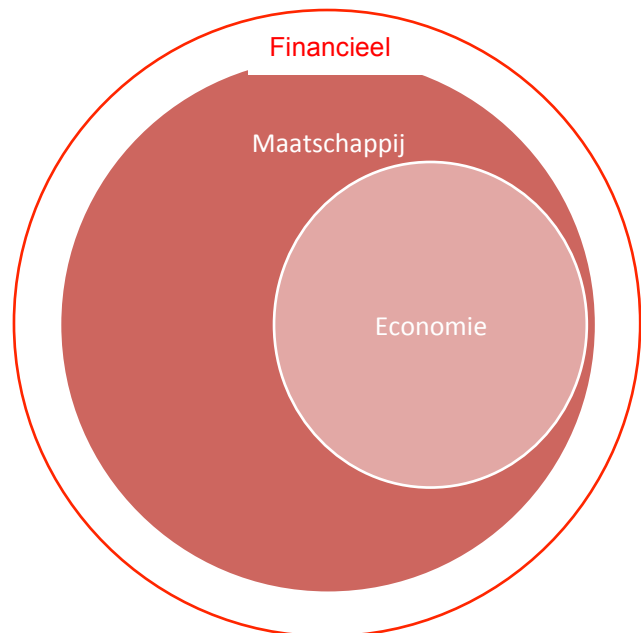
We zien dus dat in het bijzonder maatschappelijke initiatieven, maar ook bedrijven en zeker ook overheden, zich bezighouden met complementaire munten. Het grote verschil in termen van impact voor degenen die gebruik maken van complementaire munten en hun omgeving, is dat bij complementaire munten de winst in de ruil/transactie zit, terwijl in het huidige financieel-monetaire systeem het ruilmiddel als de winst geldt. Ook werken complementaire munten anticyclisch, zoals herhaaldelijk in Zwitserland (met de WIR) is gebleken. Geld als sociaal en maatschappelijk versterkend instrument binnen pluriforme subsystemen, in plaats van geld als doel in een monocultuur.

B2. 'Zachte' impact

Zolang financieel denken dominant is, werkt het om bij het nagaan van effecten onderscheid te maken tussen people, planet en profit. Maar wij constateren dat er geen werkelijke tegenstelling bestaat tussen maatschappelijk en economisch. Zie hiervoor ook onderstaande venndiagrammen.



Figuur 4. Verhouding maatschappij – economie – financiële transacties met geld als middel.



Figuur 5. Verhouding maatschappij – economie – financiële transacties met geld als doel.

Een zelfde ogenschijnlijke tegenstelling is er te vinden tussen harde en zachte impact: werkgelegenheid kan uitgedrukt worden in cijfers, maar ook in mate van arbeidsvreugde.

Kenmerkend aan maatschappelijk initiatief is dat er maatschappelijke waarden mee worden gerealiseerd. Een analyse van 115 sociale ondernemingen (zie ook [Bijlage 3](#)) laat zien dat hiermee wordt bijgedragen aan de realisatie van beleidsdoelen van de overheid:

- Verhogen arbeidsparticipatie doelgroep (37%)
- Armoedebestrijding en economische ontwikkeling buitenland (32%)
- Sociale cohesie (26%)
- Educatie en ontwikkeling (20%)

- Gezondheid, zorg en welzijn (15%)
- Tegengaan klimaatverandering (14%)
- Schonere leefomgeving (13%)
- Stimulering deeleconomie (12%)
- Armoedebestrijding binnen Nederland (4%)

Ook een analyse van 220 initiatieven door Greenwish (in het kader van Duurzame Dinsdag 2014, zie ook [Bijlage 3](#)) laat zien dat de initiatieven een brede scope hebben en op tal van beleidsterreinen aan oplossingen werken:

- Biobased economy
- Biodiversiteit
- Water
- Duurzaam bouwen
- Mobiliteit
- Onderwijs
- Van afval naar grondstof
- Energie/duurzaam opwekken
- Ruilen en delen
- Voedsel
- Sociale cohesie
- Klimaat/CO2

Kortom, de sector van maatschappelijk initiatief helpt om de 'zachte' kwaliteiten van de samenleving te verbeteren. Uiteindelijk kan dit doorwerken in 'harde' kwaliteit, zoals een belastingdruk die afneemt en een gunstiger vestigingsklimaat in Nederland.

C. Impact maatschappelijke initiatieven buiten het huidige Nederlandse monetair-economische systeem

Er zijn een reeks van initiatieven die buiten de afbakening vallen, maar goed laten zien wat er al gaande is en in welke bredere beweging de alternatieven die we in detail bespraken, ingebed zijn.

Basinkomen: In Groningen wordt de uitvoerbaarheid van basisinkomen onderzocht door een groep sociaal ondernemers; dit jaar starten twee pilots. Daarnaast zijn Leeuwarden, Wageningen en Nijmegen ook al volop bezig met onderzoek naar het basisinkomen.

Belasting: Ex'taks is een initiatief dat zich hard maakt voor belasting van grondstoffen in plaats van arbeid.

Circulaire economie: Vaker ingezet door bedrijven, die zich inzetten op 3 p's: people, planet, profit, dan door maatschappelijke initiatieven. Grote impact op milieu en sociale omgang.

Geldschepping: Bijna 95.000 handtekeningen voor een burgerinitiatief dat erop inzet dat de overheid voortaan geld schept.

Investering: met Real Value Concept wordt geïnvesteerd in cyclische fondsen die reële waarden bevatten, zoals grondstoffen, arbeid en energie in plaats van in 'vastgoed'.

Lenen: de Kredietunie is een coöperatie en versterkt kredieten voor en door ondernemers. Men richt zich op circa 864.000 Nederlandse mkb'ers.

Pensioen: BrightNL is een pensioenfonds dat in 2014 is opgericht en waarin mensen meer zeggenschap hebben. Streven is dat in 2019 30.000 zelfstandigen zijn aangesloten, maar ook wordt

gekeken naar mensen in loondienst. Daarnaast bestaat het maatschappelijke initiatief 0.0 dat tracht de invloed van pensioendeelnemers op vermogen te vergroten door actief samen te gaan werken met pensioenfondsen.

Verzekering: "Het eerste broodfonds bestaat sinds 2006. Op dit moment (januari 2015) zijn er 123 broodfondsen met meer dan 4500 broodfondsdeelnemers en zijn nog 500 mensen bezig met de oprichting van hun broodfonds."⁹

D. Maatschappelijke initiatieven: potentie

Op dit moment is de reële financiële impact van maatschappelijke initiatieven op de totale economie nog beperkt. De sociale en economische (anticyclische) potentie is echter groot. Denk bijvoorbeeld aan ondernemers die hun geldstroom vloeiend houden met complementaire munten of broodfondsdeelnemers die zorgen dat uitval vermindert louter door deelname aan het (sociale) fonds. Ook de impact van 'empowerment', die onderdeel is van bijna alle maatschappelijke initiatieven, moet niet onderschat worden – zeker niet in relatie tot openbaar bestuur.

Een aantal actuele trends geven meer inzicht in de potentie van maatschappelijke initiatieven:

1. Robots, automatisering en kunstmatige intelligentie leiden tot andere banen waarin mensen lang hoeven te werken. Tegelijk zorgt beschikbaarheid van huidige technologie dat mensen gemakkelijk zelf initiatieven voor crowdfunding maar ook complementaire valuta kunnen opzetten en/of anderen hierin kunnen betrekken of enthousiasmeren.
2. Vertrouwen in democratie is al lange tijd laag en pogingen om participatie in de besluitvorming te vergroten zijn mislukt. Mensen vinden deze betrokkenheid en vertrouwen op andere vlakken. De complementaire valuta krijgen hierdoor meer voedingsbodemp én zijn instrumenteel om dit te versterken.
3. De discrepantie tussen de 'reële' economie van goederen en diensten en de 'imaginaire' economie van speculatie in het financiële systeem wordt steeds pijnlijker zichtbaar; denk aan de relatie tussen financiële markt en vastgoedontwikkeling die op een niet-houdbare zeepbel gebaseerd was. Dit zet het vertrouwen in het huidige geldsysteem onder druk.

Hoewel het voorspellen van de toekomst onmogelijk is, lijkt er toch brede consensus te bestaan over het feit dat de huidige euro-monocultuur zal verdwijnen, ten gunste van een diversiteit aan verschillende monetaire en deeleconomische systemen. We zien dan een combinatie van crowdfunding, deeleconomie, complementaire munten en 'gelabeld geld'. Dit laatste houdt in dat de herkomst van geld, en door wier handen het is gegaan, relatief makkelijk te traceren is. Vanwege betrokkenheid bij een eigen subgroep of geliefd initiatief wordt bepaald geld wel, en ander geld niet als gewenst bestempeld. Mogelijk ook dat stichtingen die winst maken mogelijk worden in Nederland (zoals nu al in de V.S. en U.K.).

Daarnaast heeft crowdfunding ook nog een heel terrein te ontginnen: veel ondernemers en projecten kennen de weg niet, maar zodra ze zijn aangehaakt geven crowdfunders aan hoe laagdrempelig en leuk het is (met het juiste verwachtingenmanagement). Hoewel ongetwijfeld aan ieder voordeel ook weer een nadeel zit, lijkt de positieve impact, in het bijzonder voor burgers/ particulieren, vooral heel groot.

⁹ http://www.broodfonds.nl/meest_gestelde_vragen [13/02/2015]

Andere indicaties dat de potentiële impact van maatschappelijke initiatieven groot is, zijn onder andere:

1. De maatschappij vraagt in toenemende mate om iets anders dan het huidige monetair-economisch systeem kan bieden: er zijn veel maatschappelijke middelen (e.g. tijd van werkloze mensen) die door de opkomst van alternatieven gemobiliseerd kunnen worden.
2. De reële koopkracht kan via complementaire munten direct aan een eigen omgeving of gewenst doel worden gekoppeld: waardoor het niet 'naar boven' weglekt en een sterk draagvlak kan ontstaan.
3. Voor het mogelijke potentieel van complementaire munten, kunnen we over de grens kijken en zien we dat in Zwitserland 2% van de handel gebaseerd is op barthers (directe bilaterale of multilaterale ruilhandel, waarin samen wordt vastgesteld welke waarden tegen elkaar worden geruild).
4. De opkomst van deze alternatieven is zelfversterkend: meer acceptatie leidt tot meer acceptatie. Bovendien hebben ze een anticyclische werking en zorgen dat als het monetair economisch tegen zit, mensen nog steeds aan goederen (en diensten) kunnen komen.
5. Via gelabeld geld, crowdfunding, zelfs crowdsourcing (want geld is een middel, de directe uitkomst kan ook direct *gesourced* worden) wordt geld óók via de herkomst een machtsfactor. Mensen kunnen zo meer sturen in de eigen omgeving. Overheden en bedrijven merken daarmee vrij direct wat echt van belang wordt geacht.
6. Combinatie van crowdfunding, gelabeld geld en deeleconomie zorgt voor onderling versterkende kracht: wanneer met een groep mensen dure technologie aanschaffen voor gezamenlijk gebruik mogelijk is, krijgen groepen particulieren en bedrijven meer mogelijkheden en zeggingskracht om zich te verhouden tot huidige dominante partijen.

Essentieel bij een fundamenteel ander systeem is dat de 'grondwaarden' anders zijn of worden. Voorbeelden hiervan zijn:

- > van individuele 'koekverdeling' naar publieke waardencreatie
- > van lineair naar circulair
- > van bank die leningen tegen rente verschaft naar peer-to-peer gelduitgifte zonder rente
- > etc.

Als tegenwicht aan de huidige monocultuur van één dominante munt, bieden diverse maatschappelijke initiatieven inzicht in hoe we op andere wijzen naar de indeling van onze economie, transacties en waarden kunnen kijken. Zoals een respondent zei:

"Met de huidige instrumenten kan ik mijn 'impact' niet meten. Die gaan namelijk om vertrouwen en zorgen voor elkaars groei, in plaats van zorgen voor eigen groei; over overvloed in plaats van schaarste."

De kracht van de beschouwde maatschappelijke initiatieven zit niet alleen in de economische positie die ze *nu* innemen (bijvoorbeeld in termen van werkgelegenheid en 'marktaandeel' van complementaire muntsoorten), maar ook in het feit dat ze een voorbode vormen voor een fundamenteel andere inrichting van ons monetair-economisch systeem. Een deel van de denk- en werkwijze die nu nog als maatschappelijk initiatief worden uitgevoerd (juist omdat ze te afwijkend zijn voor de bestaande instituties), zal in de toekomst misschien ook door staat en markt worden opgenomen, waarbij bestaande instituties verdwijnen of transformeren. Maatschappelijk initiatief zal een grotere rol spelen, maar het is niet noodzakelijk dat het hele monetair-economisch systeem zo wordt georganiseerd. Deze omslag geeft tegelijk ook een boost aan maatschappelijk initiatief in andere domeinen, omdat o.a. complementaire munten en deeleconomie als katalysator hiervoor werken.

E. Laatste kanttekening: impact onderzoek

'Meten is weten' en dan specifiek waardering voor 'harde cijfers' is het dominante credo in de huidige Nederlandse maatschappij. Toch is de vraag of en waarom iemand de eigen keuzes primair afhankelijk zou willen laten zijn van *meetbare* toegevoegde waarde of impact. Dit geldt niet alleen voor het Ministerie maar ook voor andere partijen. Er zijn uiteenlopende redenen om interventies in maatschappelijke contexten te willen meten, zoals verantwoording afleggen of interesse in het antwoord op de vraag 'of we de goede dingen doen en de dingen goed doen'. Maar hoewel leren en leerprocessen inherent zijn aan leven, leidt eenzijdige nadruk van bepaalde waarde(n) tot onbalans. Een eenvoudig voorbeeld daarvan is de (on)meetbaarheid van het gevoel van levensgeluk dat voortkomt uit het hebben van werk.

Gegeven het feit dat sociale systemen (zoals een maatschappij) complexe adaptieve systemen zijn, zitten er aan 'meten' duidelijk haken en ogen. Door de veelheid van interacties in een systeem en de onoverzichtelijkheid en onvoorspelbaarheid hiervan, zijn effecten en oorzaken vaak moeilijk van elkaar te scheiden. Vaak kunnen er in vogelvluchtperspectief wel grotere patronen worden herkend, en soms zijn er ook wel een-op-een relaties te herkennen. Maar door de bank genomen zijn oorzaak-effect (leidend tot impact) in sociale contexten veelal niet eenduidig te meten en betreft het eerder meervoudige oorzaken en effecten.

Ook maakt het nogal uit vanuit welke invalshoek naar impact gekeken wordt: vanuit de initiatiefnemers, vanuit de doelgroep of doelstellingen, vanuit verwachtingen of vanuit de resultaten. Zeker wanneer vanuit vooropgezette verwachtingen wordt gekeken naar impact op diverse terreinen, kunnen 'neveneffecten' gemakkelijk over het hoofd worden gezien. Wanneer wordt gekeken naar impact in de waardeketen, zoals onder andere bij (sociale) bedrijven wordt gedaan, wordt dit al deels ondervangen. Een anekdote van een van de geïnterviewden maakt echter inzichtelijk dat het nogal uitmaakt vanuit welk perspectief 'impact' gezien wordt.

"In een wijk staat een school voor jongeren die regelmatig 'van de rails af' gegleden zijn. Op een gegeven moment bedenkt het schoolbestuur dat het starten van een fietsenreparatieplaats mogelijkheden biedt om jongeren ervaring te laten opdoen met discipline en verantwoordelijkheid, en ze aldus een werkervaring-plek te bieden. Daarbij krijgen de wijkbewoners toegang tot een goedkoop atelier om fietsen te laten repareren, wat de sociale binding tussen de wijkbewoners, scholieren en school versterkt. Dat klinkt positief. Echter, er zit ook een fietsenmaker in de wijk. Wanneer puur vanuit de doelen van de school naar impact wordt gekeken, zien we deze fietsenmaker over het hoofd: de uiteindelijke impact op hem en zijn zaak kunnen sociaal en economisch (zeker in eerste instantie) minder rooskleurig uitpakken. Maar de impact van dit initiatief kan ook neutraal zijn; het zelfs mogelijk dat het initiatief juist een boost geeft aan zijn werkplaats."

Het gaat in deze anekdote niet om de marktwerking die van kracht is, maar om de bewustwording van het feit dat 'neveneffecten' (naast beoogde doel, verwachting etc.) altijd plaats hebben en deze dus vooraf een plek in de impact-meting zouden moeten krijgen. Het kan dan ook interessanter zijn om te vertrekken vanuit de vraag: 'wat is gedurende x periode veranderd in y omgeving, en naar welke oorzaken kunnen we dat herleiden, op basis van zoveel mogelijk perspectieven en soorten informatie?'. Op deze manier is er ruimte voor directe én indirecte, gewenste én ongewenste en verwachte én onverwachte effecten.

Andere eigenschappen waar op kan worden gefocust bij impactmeting zijn:

- Vernieuwde praktijken: worden deze versterkt, ontwricht of blijven ze gelijk? Denk hierbij bijvoorbeeld aan onderliggende principes, aantrekkingskracht van organiseren en reële acties.
- Dominante werkwijzen: worden deze versterkt, ontwricht of blijven ze gelijk? Denk hierbij bijvoorbeeld aan onderliggende principes, aantrekkingskracht van organiseren en reële acties.
- Gebiedsschaal: bijvoorbeeld buurt, wijk, stad/ dorp, regio, natiestaat, Europa, wereld.
- Financieel, ecologie, sociaal-cultureel

In [bijlage 6](#) is een voorbeeld van een stappenplan opgenomen voor het onderzoeken van impact van maatschappelijke initiatieven op een bepaald domein of sector.

Binnen de scope van deze opdracht was het niet mogelijk gebruik te maken van bovenstaande aanpak. In deze verkenning is gekeken naar 'directe' effecten, gebaseerd en gezien vanuit verwachtingen en doelen vanuit initiatiefnemers (en soms ook gebruikers), veelal nichespelers. Bijna alle onderzochte initiatieven vallen in de categorieën: formeel, professioneel en commercieel.

<p>Kenmerken impact</p> <ul style="list-style-type: none"> - Directe vs. Indirecte effecten - Bedoeld vs. Onbedoeld - Gewenst vs. Ongewenst
<p>Insteek onderzoek</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vanuit wie bekeken: initiatiefnemers, doel(groep), omliggende actoren? - Verwachtingen en doelen? Of focus op 'resultaten'? - Binnen en/ of over waardeketen(s)?
<p>Actor en schaal</p> <ul style="list-style-type: none"> - Niche: versterkend of ontwrichtend - Regime: versterkend of ontwrichtend - Gebiedsschaal

6. Conclusie: paradox of een nieuw tijdperk?

In de vorige hoofdstukken hebben we een aantal indicaties kunnen geven voor aard, omvang en impact van maatschappelijke initiatieven. Hierin lijkt echter een paradox te schuilen. Het 'nieuw maatschappelijk initiatief' lijkt namelijk genomen te worden door actoren die zich niet per se houden aan definities van anderen, of die deze definities actief weerstaan en tarten (bijvoorbeeld omdat hun initiatief erop gericht is om bestaande sociologische/beleids categorieën te doorbreken en een alternatief te bieden).

Hierdoor ontstaat een complex veld waarin patronen ontstaan die aan niemand in het bijzonder kunnen worden toegeschreven, maar die het gevolg zijn van tal van onderlinge interacties en waarbij sommige onderstromen mainstream worden en andere niet. Dit maakt deze nieuwe 'topsector' diffuus, ongrijpbaar en deels ook onzichtbaar volgens de indicatoren die we gewend zijn.

Enkele kenmerken van nieuw maatschappelijk initiatief die het lastig maken om tot enige categorisering te komen:

- het startpunt van de initiatieven vormt over het algemeen het (vanuit burgers, bewoners, sociaal ondernemers) zélf (al dan niet in samenwerking met gelijkgestemden) willen oplossen of bijdragen aan een maatschappelijk vraagstuk, los van bestaande structuren of verbanden;
- de organisatievorm bestaat veelal uit losse netwerkverbanden of 'communities', die online en offline met elkaar in verbinding staan zonder allerlei formeel vastgelegde structuren, kantoren, regels of hiërarchie (en waar deze nog nodig zijn, knellen ze... bijvoorbeeld het dilemma: stichting of BV?);
- veel initiatieven zijn nog zoekende naar een duurzaam verdienmodel, waardoor een mengvorm van financiering en inkomsten eerder regel dan uitzondering is (subsidies en donaties naast inkomsten uit de markt; het bestaan van een BV naast een stichting);
- alternatieve waardesystemen staan centraal, waarin het slim inzetten van overwaarde een belangrijke rol speelt; dit uit zich in een gecombineerde inzet van betaalde en vrijwillige krachten en een combinatie van activiteiten die for profit, op non-profit basis of gratis worden georganiseerd;
- de meeste initiatieven zijn in verschillende sectoren actief (een traditionele indeling in sectoren werkt dus niet, het gaat veelal om meervoudige waardecreatie!);
- de initiatieven kenmerken zich door continue waardenuitruil, waarbij de gebruikers zelf de waarde bepalen van de initiatieven door veelvuldige inzet van social media, social storytelling, inzet van crowdsourcing en crowd funding, peer rankings etc.
- initiatiefnemers verbinden zich vaak aan meerdere sociale initiatieven tegelijk en brengen steeds nieuwe initiatieven en vernieuwingen binnen en buiten reeds bestaande initiatieven tot stand (ze zijn immers niet in dienst van een organisatie maar veelal zelfstandig initiatiefnemer dan wel ondernemer).

De paradox is dat we gegevens hebben verzameld volgens een 'oude'/traditionele onderzoeksagenda door te vragen naar aard, omvang en impact, terwijl het nieuw maatschappelijk initiatief zich juist aan deze beschrijvende statistieken onttrekt door 'aard' diffuus en daarmee 'omvang' en 'impact' onkenbaar te maken. Ook de assen die wij in dit onderzoek hebben gebruikt (hoofdstuk 4) blijken assen te zijn die weerklank vinden bij beleidsmakers maar veel minder bij de initiatiefnemers zelf. Deze herkennen zich minder in begrippen als formeel of informeel, betaald of niet betaald.

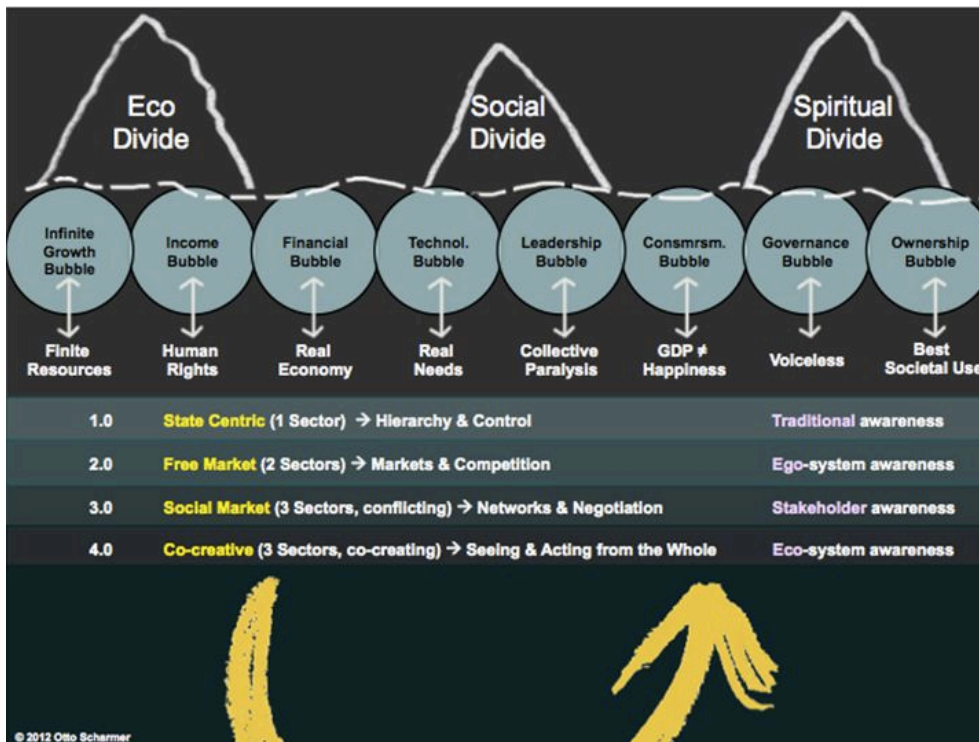
De complexiteit van het veld leidt ertoe dat er nog geen gemeenschappelijke taal voorhanden is, en het is de vraag of die taal er komt gezien het recht dat de actoren zich toe-eigenen om zichzelf te definiëren.

Maatschappelijke initiatiefnemers en maatschappelijke initiatieven opereren immers niet in een vacuüm, maar in de context van de samenleving die in rap tempo verandert. De opkomst van nieuw maatschappelijk initiatief ontstaat mede doordat traditionele arrangementen om maatschappelijke waarde te creëren – via de overheid, commerciële partijen, charitatieve instellingen en

maatschappelijke organisaties – steeds minder in staat lijken een antwoord te formuleren op onze maatschappelijke uitdagingen. De in de vorige hoofdstukken beschreven onderzoekspopulatie kan wellicht beter als een ‘beweging’ worden omschreven; een beweging van sociaal initiatiefnemers die op zoek gaan naar nieuwe manieren – zowel qua product, maar ook qua organisatie en verdienmodel – om maatschappelijke vraagstukken op te lossen. Het is een trend die zich duidelijk aftekent: mensen gaan steeds meer zelf produceren, bijvoorbeeld energie, zorg, publieke instellingen of voedsel.

Als elke dag meer mensen zelf actief worden op deze terreinen, dan zien we hier het ontstaan van een nieuw topsector. Een topsector waarin allerhande kleine, lokale spelers innovaties creëren en ons productiesysteem opnieuw uitvinden. We zouden met andere woorden wel eens midden in een transitie (Rotmans) of een paradigmaverschuiving (Kuhn) kunnen zitten. Kenmerk hiervan is dat oude waarden, regels en vanzelfsprekendheden ter discussie worden gesteld. Concreter: de ontwikkeling van deze sociale en economische beweging van omvang heeft fundamentele consequenties voor organisatie, eigendom, financiering en functioneren van vitale infrastructuren in de samenleving. Wat deze consequenties zijn, weten we op dit moment nog niet. Discussie over begrippen als ‘nieuwe waardesystemen’, ‘ruil- en deeleconomie’, ‘doe-het-samen-samenleving’, ‘kantelende overheid’ en ‘burgereconomie’ zijn hiervan allemaal onderdeel.

Otto Scharmer spreekt in dit kader van de verbroken verbindingen en gebruikt het systeemdenken als een belangrijke pijler van zijn Theory U. We zijn geneigd allerlei maatschappelijke problemen en vraagstukken los van elkaar te zien, waardoor we aan symptoombestrijding doen en problemen niet bij de bron aanpakken. Die bron is hetgeen waar Scharmer aandacht voor vraagt. Hij spreekt zelf over de ‘ijsbergbenadering’. Scharmer betoogt tevens dat de grote problemen van deze wereld voortkomen uit disconnectie, het verbreken van een verbinding. Hij ziet een scheiding tussen mens en natuur (eco-divide), tussen mens en medemens (social divide) en tussen de mens die hij nu is en de mens die hij in potentie is (spiritual divide).



Figuur 6 Weergave disconnecties volgens Theory U model van Otto Scharmer

Kortom, deze quick scan heeft geen eenduidige data omtrent aard, omvang en impact opgeleverd, simpelweg omdat deze gegevens niet geleverd kunnen worden. De aard van het initiatief is zodanig dat het niet in bestaande modellen en indelingen te vangen is. Wel is door dit onderzoek inzichtelijk geworden dat het in Nederland een stevige beweging is met een grote omvang en een grote impact. Zo groot, dat het de overheid past om deze transitie te steunen. Niet door top-down zaken te regelen, maar juist door beleid dat passend is bij de diffuse beweging.

7. Aanbeveling voor vervolgonderzoek

De uitdaging waar deze 'topsector in wording' ons nu voor plaatst, is dat zij enerzijds op zoek is naar lokaal en direct bruikbare kennis om de fragiliteit die veel aanbieders nu nog kenmerkt te ondersteunen. Anderzijds vraagt zij ook om een nieuw begrippenkader en een daarmee samenhangende kennis- en ondersteuningsstructuur. Die structuur maakt het voor deze sociaal initiatiefnemers, maar ook voor de overheid gemakkelijker of eenvoudiger om maximale maatschappelijke impact te hebben. Wat de inhoud van deze kennisstructuur verder kenmerkt, is dat we nog niet weten wat relevante vragen zijn of waar dominante antwoorden vandaan komen. Het is tenslotte een veld in ontwikkeling. En dat betekent dat ook nog niet duidelijk is wie de relevante spelers zijn, die de noodzakelijke kennis bezitten.

Om toch kennis over dit nieuwe veld te verkrijgen, kunnen onderzoeksmethoden worden ingezet die aansluiten bij de fundamenteel andere aard en dynamiek van het onderzoeksveld, en die niet uitnodigen tot het louter verstrekken van gegevens, maar tot het samenwerken aan maatschappelijke issues waar de initiatiefnemers zich voor inzetten. Dit betekent de keuze voor een benadering, die vertrekt vanuit de vragen van de initiatiefnemers zelf. Kenmerk van de nieuwe maatschappelijk initiatiefnemers is immers dat ze zélf willen definiëren en zich niet herkennen in bestaande definities, indelingen en structuren.

Voor de aard van het nieuw maatschappelijk initiatief houdt dit een fenomenologisch onderzoek in, waarmee de verschijnselen (fenomenen) die we tegenkomen worden beschreven aan de hand van *sensitizing concepts* die er in de praktijk van het nieuw maatschappelijk initiatief toe blijken doen. Omdat ook de overheid een rol speelt in die praktijk, is het belangrijk dat publieke professionals deelnemen aan dit onderzoek. Hierin is ook een plek weggelegd voor *action learning*, zodat een onderzoeksruimte ontstaat waarin zowel initiatiefnemers als onderzoekers alsook publieke professionals kennis produceren. Zo ontstaat een referentiekader voor het maatschappelijk initiatief waar alle actoren een rol van betekenis in kunnen spelen. Het tijdsbestek van de onderhavige quick scan stond een dergelijke diepgang niet toe, maar onze aanbeveling is om hier in een eventueel vervolgonderzoek wel ruimte voor te scheppen. Op deze wijze kan ook ruimte worden gecreëerd voor een nieuw perspectief en voor een bijdrage aan een gemeenschappelijke taal of kader om het nieuwe paradigma te begrijpen.

Substantieel onderzoek naar de impact van maatschappelijke initiatieven op de Nederlandse maatschappij kan bijvoorbeeld plaatsvinden op basis van impact-stappenplan en op basis van participatieve sessies met zowel maatschappelijk initiatiefnemers als gevestigde partijen. Daarbij moet onder andere de invloed van economische alternatieven op de start en/of het bestaan van maatschappelijke initiatieven (ook andere domeinen) worden bekeken.

Tot slot adviseren wij verder onderzoek naar de potentie van economische alternatieven voor de Nederlandse economie, specifiek in relatie tot Europa en mondiaal. Ook onderzoek naar betrokkenheid – persoonlijk en professioneel - bij maatschappelijke initiatieven van ambtenaren werkend bij diverse ministeries, waaronder BZK, kan nieuwe inzichten opleveren.

8. Literatuuropgave

Hoofdstukken 1 t/m 4 en 6

- Verhijde, M. en Bosman M., 'Regel die Burgerinitiatieven' (december 2013)
- Van der Zwaard, J. en Specht, M. 'Betrokken Bewoners, Betrouwbare overheid' (mei 2013)
- Spaas, G. 'Onderzoek Nieuwe economie' (februari 2012)
- Van Raak, R. et al. 'Perspectieven op de luchtsingel' (juli 2014)
- Hoogendoorn, B. 'De waarde van sociaal ondernemerschap' (2013)
- KPMG 'Sociale Firmas in Beeld - Het huidige werkveld van en het toekomstbeeld voor sociale firmas in Amsterdam' (2013)
- Luttink, J. Aalbers, C. Donders, J. en Langers, F. 'Groen Dichterbij - Wat maakt Groene Buurtprojecten tot een succes?' (2014)
- Dulfhues, L. Kuiper, R. en Eerhart, R. 'Hoe Groen Goed Doet' (2014).
- Spaas, G. 'Onderzoek Nieuwe economie' (februari 2012)
- Van Noortwijk, R. en Van Zanten, I. 'Analyse van de Initiatieven Duurzame Dinsdag 2014' (augustus 2014)
- Moor, de T. Homo coöperans. Instituties voor collectieve actie en de solidaire samenleving. 2013. Oratie Universiteit Utrecht.
- Rotmans, J. (2005). Societal Innovation: Between Dream and Reality Lies Complexity. University of Maastricht - ICIS
- <http://www.socialevraagstukken.nl/site/2015/02/04/empirisch-onderzoek-is-onvoldoende-om-transities-te-begrijpen/>
- Scharmer, O. (2009). Theory U. Learning from the future as it emerges.
- Social Enterprise NL. De Social Enterprise Monitor 2013 (2014) en 2014 (2015).
- McKinsey (2011). [Opportunities for the Dutch Social enterprise Sector](#). Overview, challenges and support network for Dutch social enterprises
- www.Help.een.burgerinitiatief.nl
- www.wijkonderneming.nl
- www.krachtinnl.nl
- www.maexchange.nl
- www.social-enterprise.nl
- www.societyimpact.nl
- www.idealenkompas.nl
- www.greenwish.nl
- www.socialpowerhouse.nl
- www.isocial.nu
- <http://www.groendichterbij.nl>
- <http://www.duurzamedinsdag.nl>

Hoofdstuk 5

- Deutum, J. en Doevendans, P. (2012) "Wat werkt in de Wijk", *Rooilijn*, Jg. 45 / Nr. 4 pp. 258-263.
- Grieco, C., Michelini, L. en Iasevoli, G. (2014) "Measuring Value Creation in Social Enterprises: A Cluster Analysis of Social Impact Assessment Models.", *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 0899764014555986.
- Liket, K.C. en Maas, K. (2013) "Nonprofit Organizational Effectiveness: Analysis of Best Practices", *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, XX(X) pp.1–29.
- Seyfang, G. en Longhurst, N. (2012) "Grassroots innovations and complementary currencies – testing niche theories in social economy", *Proceedings International Conference on Sustainability Transitions* <http://www.ist2012.dk/custom/files/ist2012/Fullpapers/Dsessions-fullpapers.pdf> [13/02/2015]
- Toxopeus H. en Toxopeus S. (2012) *Een verkenning van ons geldsysteem*. Amsterdam: Ruparo. <http://www.economytransformers.com/wp-content/uploads/2012/04/Ons-Geldsysteem.pdf>
- Toxopeus, H. (2014) *Een @nder soort geld*. Utrecht: STRO i.s.m. Uitgeverij Jan van Arkel.

Websites [allen gecheckt op beschikbaarheid d.d. 13/02/2015]

<http://www.bataaf.nu/>
<http://brightpensioen.nl/>
<http://www.broodfonds.nl/>
<https://burgerinitiatiefonsgeld.nu/>
<http://www.collaborative-economy.com/nl/>
<http://www.community-currency.info/>
<http://communitycurrenciesinaction.eu/nl/community-currency-design-framework/>
<http://deeeconomie.nl/>
<http://www.deflorijn.eu/>
<http://www.dezuidering.nl/>
<http://www.douwenkoren.nl/>
<http://www.ex-tax.com/>
<http://www.ftm.nl/exclusive/steeds-meer-alternatieve-valuta-nederland/>
<http://www.dekredietunie.nl/>
<http://www.makkie.cc/>
<http://mieslab.nl/>
<http://www.mvonderland.nl/circulaire-economie/>
<http://nulpunt.nl/2011/manifest-o-o>
<http://www.parool.nl/parool/nl/30700/OPINIE/article/detail/3765959/2014/10/10/UberPop-is-geen-voorbeeld-van-deeeconomie.dhtml>
<http://platformsocialbusiness.nl/deeeconomie/>
<https://www.positoos.nl/>
<http://www.qoin.org/>
<http://www.rotter-dam.nl/>
<http://www.sharenl.nl/>
<http://social-enterprise.nl/snappcar-brengt-impact-autodelen-kaart/>
<http://www.society30.com/>
<http://sustainablefinancelab.nl/>
<http://timebank.cc/the-hague/>
<http://www.tradexchange.nl/>
<http://www.trouw.nl/tr/nl/4504/Economie/article/detail/3585761/2014/01/29/Het-financiele-systeem-is-toe-aan-een-reset.dhtml>

Amsterdam Sharing Map:

<https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=zHCExXTv90Sw.k3Glr5GblgeM&msa=0>

Factsheet De Zuiderling (December 2014).

9. Bijlagen

Bijlage 1

Aanpak

Om zicht te krijgen op de stand van zaken rond bovenstaande vragen hebben Het Groen Brein, Drift en se.lab de krachten gebundeld. Bij het maken van het rapport is tevens ingezet op het betrekken van een breed scala aan partijen, zodat het rapport door een aantal kernspelers gedragen wordt. Om dit rapport te ontwikkelen, zijn de volgende stappen en methoden ingezet:

1. Zicht krijgen op de aard en omvang van maatschappelijk initiatief.
 - a. Uitgevoerde activiteiten
 - i. Uitnodiging aan partijen in het veld van sociale innovatie om hun kennis en data te delen: Kracht in NL/MAEXchange, Greenwish/Idealenkompas, Social Enterprise NL/Social Enterprise Monitor, Society Impact Platform, Social Powerhouse/iSocial.
 - ii. Kader opstellen voor beschrijving type en thematiek van de sociale initiatieven en uitvraag bij bovengenoemde partijen. Zie bijlage 2.
 - iii. Deskresearch naar verschillende bestaande cijfers (uit bovengenoemde databases), onderzoeken e.d. zodat we zicht krijgen op de verschillende definities, typologieën en omvang.
 - iv. Gezamenlijk maken van een logische indeling rond aard en omvang.
 - b. Gebruikte onderzoeksmethoden:
 - i. Literatuuronderzoek/deskresearch (week 1 t/m week 4).
 - ii. Individuele gesprekken met 5 personen en focus groep interview met bovengenoemde veldpartijen op donderdag 29-1-2015 over het kader beschrijving type en thematiek maatschappelijke initiatieven, met als doel eerste bevindingen testen en extra informatie vergaren (week 5).
 - iii. Analyse van bestaande data, op basis van uitvraag bij bovengenoemde veldpartijen (week 5-7).
2. Zicht krijgen op impact. In dialoog met initiatiefnemers en andere spelers is bediscussieerd wat de impact van de opkomst van maatschappelijke initiatieven in dit domein is. Dus hier is niet gekeken naar de impact van individuele initiatieven, maar naar de impact van de opkomst van maatschappelijke initiatieven in een specifieke sector, waarbij we de sector 'economische alternatieven door maatschappelijke initiatieven' er specifiek uit hebben gelicht. Binnen dit domein hebben we de volgende vragen beantwoord:
 - o Op welke manier hebben deze initiatieven impact in de sector? (eg. direct door hun activiteiten, doordat ze andere initiatieven aansteken, doordat de vernieuwende denken en werkwijze wordt opgepikt door dominante partijen in de sector)
 - o Wat is in potentie de rol van dit soort maatschappelijke initiatieven binnen dit domein? (impact op domein, en ook verhouding maatschappelijk initiatief t.o.v. markt en staat)

Gebruikte onderzoeksmethoden:

- Analyse van wetenschappelijke en populaire bronnen aangaande impactmeting, maatschappelijke initiatieven, participatiemaatschappij, economische alternatieven (week 1 t/m 5).
- Individuele gesprekken met zo'n 15 personen en focus groep interview met personen die zich bezighouden met complementaire muntsystemen en alternatieve financiering (week 6). In deze bijeenkomst hebben we onder andere gekeken hoe deze alternatieven er over 30 jaar uit zouden kunnen zien. Voor een deelnemerslijst zie [Bijlage 2](#).

Bijlage 2

Participanten en geïnterviewden

Gesproken over impact economische alternatieven

1. Dr. Karen Maas (Erasmus School of Economics)
2. Marguerite Evenaar (Evenaar en Partners/ Project Impact)
3. Pieter van de Glind (ShareNL)
4. Cees Hoogendijk (Humanization of Organisation)
5. Luc Manders (De Zuiderling)
6. Joeri Oudshoorn (Timebank)
7. Gijsbert Koren (Koren en Douw)
8. Nils Roemen (Durftevrage)
9. Edgar Kampers (Qoin)
10. Edward de Boer (Economy Transformers)
11. Juul Martin
12. Jaap Vink (Social trade organisation)
13. Helen Toxopeus (Erasmus School of Economics)
14. Martijn Arets (Crowd expedition)
15. Samira Zafar (Society Impact)

Participanten/informanten bijeenkomst 1 (aard en omvang);

1. Gerda Deekens – Kracht in NL/MAEXchange
2. Stefan Panhuijsen – Social Enterprise NL
3. Kike Olsder – Greenwish/Idealenkompas
4. Samira Zafar – Society Impact
5. Fiene van Loock – Social Powerhouse/iSocial
6. Mark Beumer – het Groene Brein
7. Marieke Verhagen – Drift
8. Floor Basten – se.lab
9. Rutger van Weeren – se.lab
10. Kristel Logghe – se.lab

Participanten bijeenkomst 2 (impact economische alternatieven)

11. Igor Byttebier (New Shoes Today)
12. Joeri Oudshoorn (o.a. Timebank Den Haag)
13. Theo van den Bosch (o.a. Kredietunie)
14. Edgar Kampers (Qoin)
15. Henk Diepenmaat (Actors)
16. Harry ter Riele (o.a. DAM)
17. Friso Coumou (Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties)
18. Floris de Krijger (Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties)
19. Chris Roorda (DRIFT)
20. Marieke Verhagen (DRIFT)

Bijlage 3

Typeringen en criteria om maatschappelijke initiatieven in te delen

1. Hoe zijn de verschillende soorten maatschappelijke initiatieven te typeren?

Uit verschillende inventarisaties die zijn uitgevoerd, zijn de volgende typeringen te onderscheiden:

- **Loopduur**
 - Eenmalig
 - Wekelijks
 - Maandelijks
 - Jaarlijks
 - Doorlopend
- **Bestaansduur**
- **Werkgebied/schaalgrootte**
 - Internationaal
 - Landelijk (nationaal)
 - Regionaal
 - Lokaal (Straat, Buurt, Wijk, Stad)
- **Domein**
 - Op welk maatschappelijk probleem of maatschappelijke kans richt het initiatief zich? (al dan niet verbonden aan een specifieke doelgroep). Te denken valt aan onderstaande (niet volledig uitsluitende categorieën).. Eigen indelingen (zie bijlagen) kunnen ook gebruikt worden om achteraf te bekijken waar de maatschappelijke initiatieven binnen vallen/hoe breed of smal de reikwijdte en omvang is.
 - **Sociaal domein**
 - Sociale cohesie / leefbaarheid
 - Educatie
 - Mobiliteit
 - Recreatie
 - Publieke ruimte
 - Zorg en welzijn
 - Veiligheid
 - Armoede en sociale uitsluiting
 - Kunst en cultuur
 - Integratie en participatie
 - Sport en bewegen
 - **Ecologisch domein/duurzaamheid**
 - Voedsel (-productie, -consumptie)
 - Duurzame energie
 - Duurzaam gedrag bevorderen
 - Groen
 - **Economisch domein**
 - Deel- en ruileconomie
 - Circulaire economie
 - Armoede en sociale uitsluiting
 - Wonen
 - Arbeidsmarkt
- **Initiatiefnemer**
 - Bedrijf (BV, zzp'er, stichting met winstoogmerk, coöperatie)

- Maatschappelijke organisatie (vereniging, stichting zonder winstoogmerk)
- Burger of groep informeel georganiseerde burgers
 - Leeftijd
 - Sekse
 - Culturele achtergrond
 - Opleiding
 - Economische status (werkend, werkloos, opleiding,...)
 - Aantal uur per week betrokken
- **Uitingsvorm**
 - Online
 - Offline
- **Financiering**
 - Uit eigen inkomsten
 - Bijdragen uit bedrijfsleven (bv. sponsoring)
 - Bijdragen vanuit overheid
 - lokale overheid (bv. leefbaarheidsbudgetten)
 - provinciale overheid
 - landelijke overheid
 - Bijdragen vanuit fondsen
 - lokaal
 - landelijk
 - Mengvorm
- **Aanleiding starten initiatief**
- **Risico van de ondernomen activiteiten (veiligheid, schade, aansprakelijkheid)**
 - Laag (bv. zelfbeheer openbare ruimte, groenonderhoud)
 - Gemiddeld (bv. zelfbeheer gebouwen, spelen)
 - Hoog (bv. tijdelijk gebruik locaties, evenementen)
 - Bevat nu 870 initiatieven verdeeld over 32 thema's
- 2. Op welke wijze wordt gekeken naar de (potentiële) impact van dit soort initiatieven?**
 - **Kwantitatief**
 - Bereik (aantal personen)
 - Social Return on Investment
 - Maatschappelijke Kosten/Baten analyse
 - **Kwalitatief**
 - Persoonlijke ontwikkeling deelnemers
 - Effect op doelgroep
 - (Sociale) veiligheid
 - Betere omgeving
 - Participatie
 - Sociale cohesie
 - Zelfredzaamheid
 - Duurzaamheid
 - Levensonderhoud
 - Vrije tijdsbesteding
 - Ontwikkeling
 - Effect op people (doelgroep/niet doelgroep), planet (milieu), profit ((maatschappelijke-)winst)
 - Sociologische, economische en ecologische impact
 - Effectiviteit, efficiency en legitimiteit

Illustraties van maatschappelijk initiatief vanuit Social Enterprise en Greenwish

1. Uitkomsten Social Enterprise Monitor 2014 (n = 115, op dat moment 65 % van de leden van Social Enterprise NL)

Het onderzoek onderscheidt de volgende vormen van impact:

- Verhogen arbeidsparticipatie doelgroep (37%)
- Armoedebestrijding en economische ontwikkeling buitenland (32%)
- Sociale cohesie (26%)
- Educatie en ontwikkeling (20%)
- Gezondheid, zorg en welzijn (15%)
- Tegengaan klimaatverandering (14%)
- Schonere leefomgeving (13%)
- Stimulering deeleconomie (12%)
- Armoedebestrijding binnen Nederland (4%)

“55% van de respondenten geeft aan zich op twee maatschappelijke doelen te richten, bijvoorbeeld Arbeidsparticipatie en sociale cohesie. Dit is te verklaren door het feit dat social enterprises maatschappelijke waarde als uitgangspunt nemen en zich hierdoor niet beperken tot één beleidsthema.”

2. Van Noortwijk, R. en Van Zanten, I. ‘Analyse van de Initiatieven Duurzame Dinsdag 2014’

220 initiatieven en ideeën (Duurzame Dinsdag 2014). 56% betreft concrete initiatieven (124 stuks). 40 initiatieven werden ingediend door burgers (waarvan 7 van studenten), 58 door bedrijven en 26 door maatschappelijke organisaties. Deze waren verdeeld over de volgende thema's:

- Biobased economy (4)
- Biodiversiteit (6)
- Water (6)
- Duurzaam bouwen (8)
- Mobiliteit (8)
- Onderwijs (11)
- Van afval naar grondstof (12)
- Energie/duurzaam opwekken (13)
- Ruilen en delen (15)
- Voedsel (22)
- Sociale cohesie (26)
- Bewustwording (34)
- Klimaat/CO2 (37)

Bijlage 4

Definities/afbakeningen en visies op maatschappelijk initiatief, volgens de veldpartijen

In deze bijlage laten we de 'bandbreedte' zien van het fenomeen maatschappelijk initiatief, volgens de definities, afbakeningen en visies op het fenomeen door de in deze quick scan meegenomen veldpartijen.

A. Social Enterprise NL

De meest duidelijke en strikte afbakening lijkt gehanteerd te worden door **Social Enterprise NL** die zich sec richt op de zogenaamde *social enterprises*. Social enterprises leveren vaak innovatieve diensten of producten. Bijna de helft (48%) van de ondervraagde social enterprises geeft aan een product of dienst te leveren dat voor de oprichting van de social enterprise nog niet op markt was.

De definitie voor een social enterprise die Social Enterprise NL hanteert, luidt als volgt:

1. Heeft primair een maatschappelijke missie: impact first!
2. Realiseert dat doel als zelfstandige onderneming die een dienst of product levert;
3. Is financieel zelfvoorzienend gebaseerd op handel of andere vormen van waarde-uitruil, en dus beperkt of onafhankelijk van giften of subsidies;
4. Is sociaal in de wijze waarop de onderneming wordt gevoerd:
 - winst mag, maar de financiële doelen staan ten dienste van de missie, het vergroten van de maatschappelijke impact. Winstneming door eventuele aandeelhouders is redelijk
 - bestuur en beleid zijn gebaseerd op een evenwichtige zeggenschap van alle betrokkenen
 - fair naar iedereen
 - bewust van haar ecologische voetafdruk
 - is transparant.

In 2011 is er een schatting gemaakt door [McKinsey](#) dat er 3000 social enterprises zouden zijn in Nederland. Het netwerk van Social Enterprise NL telt op dit moment 280 leden die vallen onder bovengenoemde definitie. Social Enterprise NL maakt onderscheidt tussen:

- de start-up fase (ca 25% van de leden): minder dan twee jaar oud;
- de professionaliseringsfase (ca 45% van de leden): ouder dan twee jaar met minder dan 250 medewerkers en een omzet onder de één miljoen euro;
- de volwassen fase (ca 30% van de leden): meer dan 250 werknemers en/of een omzet boven de één miljoen euro.

Naast maatschappelijke waarde is er ook sprake van economische groei in de social enterprise sector:

- Het aantal voltijd werknemers in loondienst binnen de onderzochte bedrijven is tussen 2012-2014 met 12% gestegen (terwijl de trend in het reguliere MKB dalende was).
- Bij 79% van de onderzochte bedrijven steeg de omzet tussen 2012-2013.
- 60% van de onderzochte bedrijven maakt winst of draait break-even.

B. Social Powerhouse

Het Social Powerhouse (netwerk voor en door sociaal ondernemers) hanteert in principe dezelfde definitie als Social Enterprise NL, maar wordt in de praktijk met name benaderd door startende sociaal ondernemers die nog op zoek zijn naar een duurzaam verdienmodel en sociaal ondernemers die sociale waarden creëren die niet uitgedrukt kunnen worden in geld (zoals aandacht geven binnen maatjesprojecten voor kwetsbare jongeren) en/of gericht op een doelgroep waar niet zo eenvoudig een verdienmodel op gezet kan worden. Ook zij kunnen deelnemen aan de activiteiten die het Social Powerhouse organiseert, gericht op het onderling verbinden en versterken van sociaal ondernemers. De achterban van het Social Powerhouse bestaat uit circa 400 sociaal vernieuwers.

Om online ontmoeting tussen deze sociaal vernieuwers en met zogenaamde meebouwers te bevorderen en zodoende sociale innovatie te versnellen, heeft het Social Powerhouse samen met Buro Goedgeefs en een netwerk van circa 50 'meebouwers' en ambassadeurs de community iSocial met een online platform en app opgericht. De definitie die in iSocial wordt gehanteerd voor een sociaal vernieuwer is: mensen die een maatschappelijke initiatief hebben opgezet, gericht op het zoeken van nieuwe oplossingen voor sociale vraagstukken, op het gebied van onder meer zorg, welzijn, openbare leefruimte, milieu, voedsel, energie, enzovoorts. Kortom: alle initiatieven die zélf Nederland

- beter, mooier, eerlijker, socialer, duurzamer of gastvrijer maken;
- op wijkniveau, stadsniveau tot landelijk bereik;
- van burgerinitiatief tot vrijwilligersorganisatie tot (grote) sociale onderneming.

Op de beta-versie van de app/site staan 247 gebruikers (waaronder 61 personen die zich tevens als initiatiefnemer hebben aangemeld), 55 initiatieven en 36 activiteiten. Er kan gezocht worden op locatie (op de kaart van Nederland), categorie, thema, type activiteit en doelgroep.

C. Buurtcommunities en maatschappelijke activiteiten door groepen mensen

Van Alkemade (Movisie), betrokken bij het programma Buurtcommunities in samenwerking met Pakhuis De Zwijger ziet een enorme diversiteit aan communities ontstaan:

“De ene doet het voor de school, de ander zet zich in voor het dorps huis, de ander doet het weer op een heel andere manier. Je ziet nu duizend bloemen bloeien. Steeds gaat het over zelfbeheer, nieuwe verdienmodellen en ook steeds meer over nieuwe combinaties van sociaal en ondernemerschap. Steeds zie ik nieuwe vormen van bewonersondernemerschap die volstrekt geen eendagsvlinders zijn. Het wordt vaak gedragen door spankracht die de gemeenschap in de loop van jaren heeft opgebouwd”.

Er bestaan tal van community en online buurt platforms in Nederland. Ter illustratie: iSocial, Mijnbuurtje, Croqger, Buuv, Buretnetwerk, Wehelpen, Wijkconnect, Voorjebuurt, BUURbook, Peerby, Gouda bruist, Buurtbalie, Wijdewijk, Mijnbuurtwelzijn, KompasopIjbrug, Buurtbalie, Crowd Effect, Makassarplein Community, Pionira, We helpen, Zorgvoorelkaar, Mijnbuurtwelzijn, Indischebuurt, Steden in transitie, Nederland Kantelt.

Op de ondersteuning van buurtcommunities en maatschappelijke initiatieven vanuit groepen burgers, waarin nieuwe combinaties van sociale betrokkenheid en ondernemerschap ontstaan, richten ondersteuningsplatforms als Greenwish en Kracht in NL zich. Specifiek op groene buurtinitiatieven richt Groen Dichterbij zich. Hieronder worden de drie koepels kort beschreven.

Greenwish

Greenwish richt zich op de grote groep mensen in Nederland die actief is met het verduurzamen van de samenleving en *eigen initiatieven neemt op het brede gebied van duurzaamheid*. Ze doen dit middels het Ideale Kompas. De definitie die het Ideale Kompas hanteert voor maatschappelijk initiatief is: *elk initiatief dat bijdraagt aan een betere samenleving*. Het Ideale Kompas selecteert niet: elk maatschappelijk initiatief is voor hen een maatschappelijk initiatief. De enige 2 criteria zijn dat het initiatief een maatschappelijk doel dient en dat er een initiatiefnemer is die het initiatief zelf wil gaan ontwikkelen/uitvoeren. In het Ideale Kompas zijn zowel ideeën te vinden die nog niet worden uitgevoerd in de praktijk als initiatieven die al wel worden uitgevoerd in de praktijk. Alleen laatstgenoemde initiatieven zijn meegenomen in deze rapportage.

Op het Ideale Kompas van Greenwish staan 874 initiatieven geregistreerd (januari 2015). Over de omvang van het aantal ondernemende duurzame doeners zegt Greenwish dat deze de laatste jaren lijkt te groeien, maar niemand echter precies weet hoe groot deze groep mensen is, en ook is onbekend hoe groot de groep mensen is die hen daarbij ondersteunt. Greenwish verwacht dat het om 10.000en initiatieven gaat, en om een veelvoud aan ondersteuners.

Kracht in NL

De definitie die Kracht in NL hanteert sluit grotendeels aan op die van Greenwish:

- een maatschappelijk initiatief is voor ons *een groep mensen die samen werkt aan een maatschappelijk vraagstuk*

Kracht in NL heeft de MAEXchange ontwikkeld voor de maatschappelijke initiatieven. Doelstelling van de MAEX is tweeledig:

1. enerzijds om aan overheden, bedrijfsleven, fondsen transparant te maken hoe de sector van maatschappelijke initiatieven waarde levert aan de samenleving, en zo deze partijen te bewegen om meer te investeren en participeren in deze initiatieven (en dus in de samenleving).
2. anderzijds voor de initiatieven als instrument om inzicht te geven/krijgen in de maatschappelijke waarde die ze leveren, maar ook om individuele transacties te bevorderen (onderling, investeringen van fondsen, deelmarktplaats etc.).

In de MAEX staan per 1-1-2015 374 initiatieven, verdeeld over 20 thema's/sectoren met een totaal bereik van 580.808. Er zijn 17.708 vrijwilligers en 646 betaalde medewerkers in werkzaam.

Groen dichterbij

IVN, het Oranje Fonds, Buurtlink.nl en SME Advies zijn in 2012 gestart met Groen Dichterbij. Groen Dichterbij ondersteunt en versterkt de groeiende beweging van mensen die samen aan de slag gaan met de aanleg en het beheer van groenvoorzieningen in hun directe leefomgeving. Op de website worden groene buurtinitiatieven samen en verder gebracht. Per januari 2015 staan er 817 groene initiatieven op.

In 'Hoe Groen Goed Doet' (Dulfhues, Kuiper, Eerhart, 2014) worden de volgende effecten van groene buurtprojecten beschreven. Het blijkt met name positieve effecten te hebben op het vlak van waardering voor elkaar en de plek, sociale cohesie, sociale ontwikkeling kinderen, stimuleren milieubewust gedrag en het stimuleren van een gezondere levensstijl.

Bij de maatschappelijke initiatieven zoals hierboven beschreven is een volgende indeling op de drie assen te zien: het zijn zowel formele als informele organisatievormen, ze werken zowel met betaalde als vrijwillige krachten en ze werken zowel met inkomsten uit publieke middelen als met inkomsten uit eigen onderneming.

D. Lokale Fondsen

Zeer recent is de oprichting van Lokale Fondsen NL en de leden: de lokale fondsen (een organisatievorm die in het buitenland al veel langer bestaat als community foundations). Een lokaal fonds wordt opgericht door bewoners die zich in willen zetten voor de eigen omgeving. Een lokaal fonds werft, beheert geld en besteedt dit aan lokale projecten die de leefbaarheid verbeteren. De laatste anderhalf jaar zijn er zo'n 50 lokale fondsen opgericht van actieve bewoners, die zich niet alleen inzetten voor hun stad of wijk, maar tevens zelf de financiën hiervoor bijeen brengen. Lokale Fondsen NL ondersteunt de lokale fondsen hierbij.

E. Wijkondernemingen

Op de website www.wijkonderneming.nl staan 123 initiatieven geregistreerd (januari 2015). "Met wijkonderneming wordt bedoeld dat mensen in de wijk samen iets 'ondernemen' om hun leefomstandigheden of leefomgeving te verbeteren.

- meestal een onderneming van en voor wijkbewoners, maar dat hoeft niet
- rond zaken in de buurt (kleine schaal/nabijheid)
- al of niet met een rechtsvorm (stichting, vereniging, coöperatie, BV of NV)
- al of niet vanuit een pand (het kan ook een netwerk zijn of alleen op internet bestaan)
- waar al of geen geld in om gaat."

Wijkonderneming onderscheidt de volgende thema's:

- Buurt- en wijkactiviteiten (60)
- Commerciële dienstverlening (1)
- Energie (26)

- Kunst en Cultuur (9)
- Multifunctioneel (2)
- Onderwijs en opvang (3)
- Sport en bewegen (0)
- Zorg (7)
- Anders (15)

E. Society Impact

Er zijn ook ondersteuningsplatforms die geen definitie hanteren, zoals **Society Impact**.

Bij Society Impact gebruiken ze *geen definitie, maar kijken ze naar welke impact de ondernemer maakt en hoe deze te valideren is*. Daar hanteren ze meerdere methoden voor: kwalitatief en kwantitatief, maar allen erop gericht om te meten binnen welk onderdeel van het sociaal domein impact wordt gemaakt. Dat betekent ook de keerzijde in kant brengen, en laten zien waar het wringt in het systeem. De omvang kan enorm verschillen per ondernemer (ongeacht of het twee ondernemers zijn die ogenschijnlijk hetzelfde doen), het gebied en de vorm van dienst die men levert. Een kleinschalig maatschappelijk initiatief kan grote veranderingen teweeg brengen in een buurt, bijvoorbeeld ten aanzien van de leefbaarheid en sociale cohesie in de wijk. Dit is niet in geld uit te drukken, maar dat er impact wordt gemaakt is evident. Society Impact kijkt hoe het belang van dergelijke initiatieven wel gevalideerd kan worden, door bijvoorbeeld een omgekeerde beweging te realiseren, waarbij de private sector juist meer betrokken raakt door middel van financiering. Dan zou je kunnen stellen dat publieke waarde creatie met private middelen gecontinueerd kan worden door middel van de private middelen om zo minder een beroep te hoeven te doen op de terugtrekkende overheid. Dit is uiteindelijk ook in economische waarde uit te drukken, maar is niet het startpunt. De focus van Society Impact ligt op het verbinden van alle partijen om zo de impact mogelijk te kunnen maken en te kunnen vergroten. Dat doet Society Impact binnen het sociale domein, variërend van wonen- en zorg-concepten, schulden tot arbeidsparticipatie, en met een bv, stichting of zzp-er. Hier wordt geen onderscheid in gemaakt. Vervolgens maken ze value cases om uit te zoeken hoe, waar, welke impact gemaakt wordt en in welke termen die uit te drukken zijn.

Bijlage 5

Omvang maatschappelijke initiatieven

a. Aantal initiatieven

Hieronder schetsen we op hoofdlijnen de verschillende koepelorganisaties, met het aantal initiatieven dat is aangesloten/waar zij zich op richten, en de aard van de leden/doelgroep.

Koepelorganisatie	Aantal initiatieven aangesloten	Indeling
Social Enterprise NL	280 ondernemingen	formele rechtsvorm, geld uit eigen onderneming, betaalde krachten
Social Powerhouse	400 startende sociaal ondernemers/sociaal vernieuwers	formeel en informeel, geld uit eigen onderneming, betaald en vrijwillig
Idealenkompas	566 maatschappelijke initiatieven	informeel-formeel en betaald-vrijwillig
MAEXchange	374 maatschappelijke initiatieven	646 betaalde medewerkers, 17.708 vrijwilligers
Groendichterbij	817 groene buurtinitiatieven	formeel-informeel, betaald-vrijwillig
Wijkondernemingen	123 geregistreerde wijkondernemingen	formeel-informeel, betaald-vrijwillig
Zorgcoöperaties	90 lokale zorgcoöperaties	formeel, betaald
Broodfondsen	100 broodfondsen, in 59 plaatsen met 3500 deelnemers	formeel – vrijwillige organisatie, afdracht leden
Energiecoöperaties	150 energiecoöperaties	formeel –betaalde of vrijwillige organisatie

Binnen deze verschillende organisaties zijn initiatieven op zeer verschillende terreinen actief. Hieronder geven we dit weer in een tabel, waarbij onder elkaar de verschillende onderwerpen staan en (van links naar rechts) de verschillende databases waarin de initiatieven zijn benoemd.

N.B. het gaat hier om een momentopname/peildatum! (i.e. januari 2015)

<i>Initiatieven naar thema, opgeteld</i>	Idealen kompas	MAEX	SE NL	wijkonder.	Nudge	Coöp.	Totaal
Domein							
Arbeidsparticipatie	158	45	76				279
Armoedebestrijding	134	50	15				199

Cultuur	218	44		9			271
Deeleconomie			15		15		30
Dieren	51						51
Duurzaamheid/energie	495	72	86	26	14	150	843
Erfgoed	57						57
Financieel/Lokale Fondsen			6			50	56
Geschiedenis	36						36
Innovatie	219			2			221
Integratie/emancipatie		43					43
Internet /media/ ICT/technologie	93		37				130
Jongeren		64					64
Krimp		2					2
Kunst	121						121
Landschap / platteland/groen	73	153					226
Leefbaarheid/Wonen	235	127			49		411
Lokale economie	186		64				250
Milieu	217		39		32		288
Mobiliteit	69	16			7		92
Natuur	199				20		219
Netwerk/platform		60					60
Nieuwe economie	166						166
Onderwijs		32	19	3			54
Ontwikkelingssamenwerking	109	4	47				160
Persoonlijke Ontwikkeling	299						299
Productie en consumptie	131		68	2	2		203
Recht/broodfondsen	4					100	104
Regionale Ontwikkeling	103		83				186
Religie	26						26
Sociale Cohesie	406	117	21	75			619
Sport en bewegen	85	45					130
Transport	18		18				36
Veiligheid	65	14					79
Voedsel	40		17		35		92
Water	57				38		95
Welzijn/Zorg	499	96	35	7		90	727
Zelfredzaamheid	247						247
	<i>totaal (gem. 5 thema's per initiatief)</i>						
	4816	984	646	124	212	390	7172

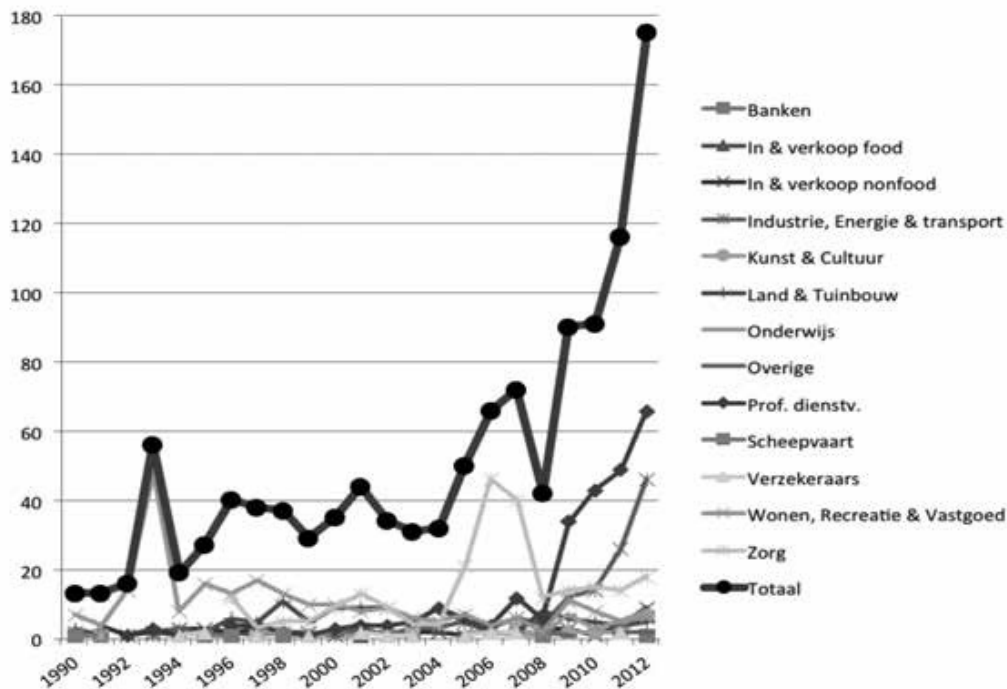
Vervolgens hebben we voor de vier gehanteerde categorieën een inschatting gemaakt van de aantallen.

Vorm	Schatting totaal initiatieven	Typen
Social Enterprise	Schatting McKinsey: 3000 social enterprises in NL, potentie van 10.000	Grotendeels formele rechtsvorm, geld uit eigen onderneming, betaalde krachten
Buurtcommunities en maatschappelijke activiteiten	Schatting Movisie: ca 1000 buurtcommunities. Schatting Idealencompas: 10.000 maatschappelijke initiatieven Dit gaat om grote aantallen mensen. Alleen al bij Nudge zijn 38.000 mensen actief.	informeel-formeel en betaald-vrijwillig
Lokale Fondsen	50 lokale fondsen	Formeel. Vrijwillig.
Wijkondernemingen	123 geregistreerde wijkondernemingen	formeel-informeel, betaald-vrijwillig

Als we alle gevonden initiatieven bij elkaar optellen, komen we op ca. 8.000 gevonden initiatieven. Dit lijkt echter een topje van de ijsberg te zijn, want een aantal initiatieven (zoals community platforms als Nudge, Mijn buurtje.nl of Voormijnbuurt) vertegenwoordigen weer een veelvoud aan lokale, maatschappelijke initiatieven. Uiteraard is er ook sprake van dubbeltellingen in de databases. Aan de andere kant zijn veel maatschappelijke initiatieven (nog) niet vindbaar in bestaande databases of op bestaande platforms.

Op basis van de door ons gevonden aantallen, concluderen wij dat de eerdere inschatting van Greenwish van 10.000 maatschappelijke initiatieven en de inschatting van McKinsey van 3.000 social enterprises gerechtvaardigd zijn. De overige twee categorieën (lokale fondsen en wijkondernemingen) zijn veel kleiner van omvang en worden in de tellingen meegenomen met een van de andere categorieën. Tussen de 10.000 maatschappelijke initiatieven en de 3.000 social enterprises zijn zeker dubbeltellingen. De twee categorieën kunnen dus niet bij elkaar worden opgeteld.

Tine De Moor (2013) die historisch onderzoek doet naar burgercollectieven en daarin 1000 jaar terug gaat, spreekt over een explosie van burgercollectieven gedurende de laatste 10 jaar. Zij onderzoekt alleen formele burgerinitiatieven in de vorm van coöperaties, welke slechts het topje van de ijsberg zijn van vele informele burgerinitiatieven.



Evolutie van het aantal nieuwe coöperaties per sector sinds 1990 en tot en met 2012 (artikel Tine de Moor: Bron: coöperatie-database Onno van Bekkum.).

b. Aantal betrokken personen

Het is interessant om te bekijken hoeveel mensen er nou direct meedoen met deze maatschappelijke initiatieven. Zijn dit er enkele per initiatief, of gaat het steeds om grote groepen?

Bij Nudge is onderzocht hoeveel mensen er betrokken zijn per initiatief. Gemiddeld zijn er bij de bij Nudge aangesloten initiatieven 75 personen per initiatief betrokken. Uitgaande van een schatting van 10.000 maatschappelijke initiatieven levert dat 750.000 betrokken personen op.

Rotmans gaat uit van een schatting van 250.000 betrokken personen.

Samen leveren deze getallen een inschatting op met een ruimte marge: tussen 250.000 en 750.000 mensen die direct betrokken zijn bij maatschappelijke initiatieven.

c. Bereik

Een ander interessant aspect bij de omvang is de vraag hoeveel mensen in aanraking komen met deze initiatieven. Kortom, hoeveel mensen worden hiermee bereikt?

In de MAEXchange is het bereik van de initiatieven onderzocht. Hieruit komt naar voren dat met de 374 initiatieven 580.808 personen worden bereikt (inclusief de meewerkende vrijwilligers). Een gemiddeld initiatief in de MAEX bereikt 1552 personen.

Uitgaande van de schatting van 10.000 initiatieven in deze quick scan zou een gemiddeld bereik van 1552 personen per initiatief een totaal bereik van 15.520.000 mensen betekenen, ofwel het overgrote deel van de Nederlandse bevolking. Waarschijnlijk gaat deze extrapolatie deels mank omdat de initiatieven die bekend zijn bij de MAEX redelijk succesvol zijn en waarschijnlijk meer mensen bereiken dan de initiatieven die niet zijn opgenomen. Toch geeft het wel een beeld van de grote omvang van het bereik van de initiatieven. Bijna elke Nederlander komt er linksom of rechtsom mee in aanraking.

d. Aantal medewerkers

Het aantal betaalde medewerkers is macro economisch gezien een bijzonder interessant gegeven. Hier zijn, gezien de diverse soorten initiatieven, echter geen harde getallen over. Er is echter wel een en ander over bekend. Bijvoorbeeld in de MAEX is het aantal betaalde medewerkers onderzocht.

In de MAEXchange werken bij 374 initiatieven 646 betaalde medewerkers, gemiddeld 21,4 uur/week. Dit betekent dat er gemiddeld per initiatief 1,7 betaalde medewerkers zijn. Per initiatief is er gemiddeld 36 uur per week betaalde arbeid. Als we hierbij uitgaan van een gemiddelde dat we kunnen extrapoleren naar de 10.000 initiatieven, komen we uit op 17.000 werknemers in deze sector.

In de MAEXchange is ook gekeken naar de vrijwilligers. Bij de 374 initiatieven werken 17.708 vrijwilligers: gemiddeld 8,8 uur/week. Dit betekent dat er per initiatief 47 vrijwilligers betrokken zijn. Omgerekend betekent dit 11,6 FTE aan vrijwilligers per project. Als we hierbij dezelfde rekensom toepassen dan zijn er bij de 10.000 initiatieven dus 470.000 vrijwilligers betrokken die zich ruim een dag in de week inzetten voor het initiatief. Dit betekent in totaal 116.000 FTE.

e. Omzet en aantal FTE bij social enterprises

Over 2012 en 2013 heeft Social Enterprise NL van hun leden personele en omzetcijfers ontvangen, op basis waarvan De Social Enterprise Monitor 2013 en 2014 zijn opgesteld.

In 2013 bedroeg het aantal fte 6.431 voor 68% van de leden. De werkgelegenheid binnen de onderzochte bedrijven is de afgelopen twee jaar met 12% toegenomen (Social Enterprise NL, 2015). De ontwikkeling van de werkgelegenheid binnen de social enterprise sector gaat dus tegen de trend van het reguliere MKB in, waar de werkgelegenheid tussen 2012 en 2014 is gedaald. Uit de studie van McKinsey blijkt dat er naar schatting tussen de 24.000 en 30.000 voltijds banen zijn in de sector social enterprises.

Omzet (2013): schatting op basis van De Social Enterprise Monitor 2014 (figuur 3): 130 miljoen op basis van omzetcijfers van 93 leden..

Als we deze cijfers doortrekken naar de schatting van in totaal 3.000 social enterprises dan komen we op een omzet van 4 miljard euro.

Casus: de kringloopbranche

De kringloopbranche is een bijzonder voorbeeld, mede omdat de kringloopwinkels zich de afgelopen drie jaar hebben omgevormd tot een sociale onderneming en voorop lopen in het economisch uitdrukken van meervoudige waardecreatie. Daarom lichten we dit voorbeeld er uit.

Welke waarde creëert de kringloopbranche? (cijfers BKN 2014)

Sociale waarden

- Arbeid en begeleiding van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt: 8.200 mensen in dienst (4.466 fte), waarvan 4.450 mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt, die arbeid en begeleiding op maat wordt geboden;
- Gemiddeld kringloopbedrijf heeft 6,8 fte vast personeelsbestand, 7 fte vrijwilligers en 12 fte mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt in dienst;
- 60% van het personeel van de totale branche is vrijwilliger of heeft een regulier dienstverband, van de vrijwilligers heeft 1/3 een afstand tot de arbeidsmarkt. De overige 40% bestaat tevens uit mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt

Economische waarden/afvalwerking/recycling

- De economische omzet van de kringloopbranche bedraagt 83,6 miljoen euro excl. BTW, per winkel bedraagt de gemiddelde omzet 0,5-1 miljoen op jaarbasis;
- 9,5 miljoen mensen kochten 1 of meerdere producten, dit betekent dat er 52.000 betalende klanten zijn op jaarbasis in een kringloopwinkel;
- 77% van de omzet bestaat uit verkoop in de winkel = recycling/tweede leven aan gebruikte spullen;
- 16 % van de omzet bestaat uit dienstverlening aan derden: leerwerkplekken, trajectbegeleiding, inzameling en restauratie goederen enzovoorts;
- 7 % van de omzet bestaat uit afvalverwerking, waardoor het milieu minder belast wordt;
- Op jaarbasis wordt 145.000.000 kilo verwerkt in de winkel (recycling van textiel, meubelen, boeken, platen, huisraad, wit- en bruingoed, electronica etc.)

Bijlage 6

Stappenplan

Om de impact - van activiteiten - van maatschappelijke initiatieven in kaart te brengen, kan onderstaand stappenplan gebruik worden.

- Zoek naar diversiteit maatschappelijke initiatieven in
 - o Geografische spreiding
 - o Organisatievorm
 - met winstoogmerk vs. zonder winstoogmerk,
 - aantal actieve deelnemers/ grootte van het initiatief,
 - formele organisatie vs. informele organisatie.
 - Noot: onze ervaring is dat het moeilijk is om met deze laatste 'groep' in contact te komen, zeker als het geen huurders van woningcorporatie zijn (dus geen centrale weg om mee in contact te komen). Te denken valt aan buurtbewoners die de groenvoorziening van de wijk in eigen hand hebben genomen en dit al jaren doen maar ook aan een eenmalige buurt bbq.
 - o Loopduur
 - o Doel
 - o Initiatiefnemers
- Zoek ervaringen impact zoals beleefd door nieuwe spelers
- Zoek ervaringen impact zoals beleefd door
- Zoek ervaringen impact zoals beleefd door dominante spelers/ behoudende macht
- Zoek academische & niet-academische berichten (tekst, beeld, video, audio etc.)
- Combineer kwalitatieve en kwantitatieve onderzoeksmethoden en -resultaten
- Onderdelen impact
 - o ...: Directe vs. Indirecte effecten
 - o Intentie: Bedoeld vs. Onbedoeld
 - o Wens: Gewenst vs. Ongewenst
 - o Niche: versterkend of ontwrichtend
 - o Regime: versterkend of ontwrichtend
 - o Gebiedsschaal
 - o Economie, ecologie, sociaal-cultureel
- Weergave: 3 plots

Titel:

Quick Scan: Aard, impact en omvang maatschappelijk initiatief

Auteurs:

Floor Basten
Antoine Heideveld
Kristel Logghe
Marieke Verhagen

Redactie: Bart van Ratingen

Den Haag, mei 2015.