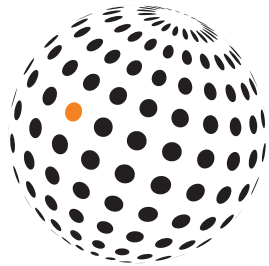


# DE MAATSCHAPPELIJKE STAND VAN HET LAND

oktober 2015

KRACHT IN NL





# INHOUDSOPGAVE

---

p 4	QUOTES
p 5	VOORWOORD
p 6	SAMENVATTING
p 8	H1: DE NIEUWE TOPSECTOR IN BEELD
p 10	H2: THEMA'S
p 12	H3: ARBEIDSMARKT VAN WAARDE: BETAALD vs ONBETAALD
p 14	H4: INKOMSTEN
p 16	H5: INITIATIEFNEMERS
p 18	H6: MEERVOUDIGE WAARDECREATIE
p 20	H7: MEERVOUDIGE WAARDE UITGELICHT
p 21	H8: PERSPECTIEF BETROKKENEN
p 22	H9: NL INVESTERINGSMAATSCHAPPIJ
p 24	H10: VAN GELDGEVER NAAR GELIJKWAARDIG PARTNER
p 26	DANKWOORD

# QUOTES

"Inspirerend om te ervaren hoe de Nederlandse samenleving zichzelf opnieuw uitvindt en zin geeft. De absolute meerwaarde van Kracht in NL is dat zij die keur aan maatschappelijke initiatieven zichtbaar maakt en indiceert. Een wezenlijke vraag daarbij is hoe de overheid anticipeert op deze ontwikkeling van disruptive change. Je gaat het immers pas zien als je het doorhebt."

Steven van Eijck  
voorzitter Maatschappelijke Alliantie

"Met het besef dat alle complexe uitdagingen in onze samenleving, zijn terug te voeren tot het zinvol en op het juiste moment op elkaar afbeelden van vraag en aanbod, zijn de eerste stappen naar het Goede Leven gezet. Juist nu in deze tijd met exponentiële ontwikkelingen in de telecommunicatie of breder ICT, is schaarste een begrip wat niet langer zal bestaan, voorop gesteld dat we tijd nemen om onze Zingeving gedragen en duurzaam te articuleren ... en dat is not a free lunch!"

Nico Baken  
strateeg KPN, hoogleraar TU Delft

"Door maatschappelijke waardebeoordeling komen initiatieven van actieve burgers en sociaal ondernemingen los van projectsubsidies. Zo gaan we op weg naar volwaardige transacties en contractering op maatschappelijke meerwaarde in plaats van kostprijs. Dat is goed voor veel initiatieven, maar lastig voor de bedrijven en professionals die nu de aanbestedingen winnen. Maatschappelijke innovatie gaat ook hier met creatieve destructie gepaard."

Martijn van de Steen  
co-decaan  
en adjunct-directeur NSOB

4 "Een participatiesamenleving vraagt om verbinding tussen economische en sociale argumenten. Als dat niet gebeurt dan staan de ervaringen van mensen ver af van wat het beleid beoogt. Het volgende regeerakkoord laat wellicht nog even op zich wachten, maar wat zou het opleveren als we de rijksbegroting eens lieten 'doorrekenen' (lees: doordenken) op haar sociale en culturele effecten? Het is hoog tijd om het bruto nationaal geluk te laten meewegen."

Kim Putters  
directeur SCP

"De maatschappelijke stand van het land is een belangrijk initiatief, juist voor sociale ondernemingen. Deze bedrijven creëren niet alleen innovatieve oplossingen voor maatschappelijke vraagstukken op thema's als arbeidsparticipatie, milieu en sociale cohesie, deze bedrijven zijn ook economisch rendabel en presteren beter dan 'gewone' bedrijven. Ik ben ervan overtuigd dat over 10 jaar de maatschappelijke stand van het land de norm is."

Willemijn Verloop  
oprichter en directeur SE NL.

"Wie big business vertaalt ziet als financiële winst, doet niet alleen de samenleving waar een groeiend aantal initiatieven ontstaat die een andere tijd en een nieuw denken aankondigen tekort, maar vooral zichzelf tekort. Sociaal ondernemen zorgt voor een grotere rijkdom: inclusiever, actiever, diverser. Bigger business dus eigenlijk. Dat zou elke ondernemer moeten aanspreken."

Jolijn Creutzberg  
oprichter Van Hulley

"Vergeten mensen in de kaartenbakken van uitkeringsinstanties blijken zich vol in te zetten in de maatschappij. Onterecht worden zij beschouwd als kostenpost op gemeentelijke begrotingen. Door hen concreet mee te laten doen in de samenleving groeit hun zelfvertrouwen. Zij verdienen kansen om de grote kanteling die zij maken van 'waardeloos en vergeten' naar 'waardevol en initiatiefrijk' vorm te mogen geven. Dit heeft een grote impact op de leerprestaties en het gevoel van geluk. Wat nodig is zijn bedrijven die de groei van deze vergeten mensen zien en deze mensen daadwerkelijk inzetten."

Fokje Wierdsma  
Wijkpastoraat Bloemhof - Full Engagement

"We zullen als branche van sociale ondernemers steeds meer op zoek moeten gaan naar nieuwe manieren van zaken doen waarbij waarde creëren belangrijker wordt dan financiële vergoeding. Waar stakeholder value en partnerships hoger zullen worden aangeslagen dan shareholders value. De lokale overheid moet het aandurven echt samen te werken met sociale ondernemers. En toegang tot financiering moet makkelijker worden."

Ian Smeyers  
oprichter Stichting Nelis

"Nederland kantelt naar een horizontale, decentrale samenleving. Ontelbaar veel netwerken, gemeenschappen, coöperaties, e.d. zijn daar al mee bezig. Er zijn echter veel meer verbindingen nodig tussen al deze initiatieven van onderop om de transitie naar een duurzamere samenleving te versnellen."

Jan Rotmans  
hoogleraar transitiekunde, oprichter van  
Drift, ICIS, Urgenda en NL Kantelt

# VOORWOORD

Ruim een jaar geleden lanceerde Kracht in NL met partners de Maatschappelijke Exchange (MAEXchange). Een beta-versie van het online platform waarop maatschappelijke initiatieven, ondernemende communities en sociale ondernemingen, zichtbaar maken welke waarde ze leveren en waarmee participeren en investeren in die initiatieven wordt bevorderd.

Met trots publiceren we ruim een jaar later de eerste maatschappelijke stand van het land. Zo'n 700 aan de MAEXchange genoteerde initiatieven, producenten van maatschappelijke waarde, laten gezamenlijk zien dat de sector van maatschappelijke initiatieven met recht de nieuwe topsector is: een innovatieve en creatieve sector, waar meervoudige waarde wordt gecreëerd, waar de 'gewoon doen-mentaliteit' overheerst, waar nieuwe businessmodellen (valuecases) worden uitgevonden, waar iedere bijdrage telt en van waarde is, waar nieuwe samenlevingen en economieën ontstaan. Een sector die daarom net als alle andere topsectoren in NL, serieus genomen moet worden. Overheden, bedrijven, fondsen en kennisinstellingen moeten deze sector omarmen. Hier ontstaan maatschappelijke waarden en innovatie. Bovendien valt er veel te leren van de initiatieven. Steeds meer wordt duidelijk dat Nederland van een participatiesamenleving naar een investeringsmaatschappij groeit, waarbij elke bijdrage telt. Publieke taken worden niet meer alleen door de overheid uitgevoerd. Duidelijk wordt dat veel systemen die we in Nederland kennen niet meer aansluiten op de behoeften in de samenleving. Ze kantelen en bewegen zich in een nieuw, soms nog onbekend veld.

Het afgelopen jaar heeft Kracht in NL met behulp van diverse partners het platform verder kunnen ontwikkelen en hebben we maatschappelijke initiatieven uitgenodigd zich gratis te noteren aan de MAEXchange. Doordat ze aangemeld zijn op de MAEXchange worden ze landelijk zichtbaar voor partners die in hun behoefte willen en kunnen voorzien en met hen willen samenwerken. Via fondsen is aan meer dan 60 initiatieven gedoneerd, puur op basis van de informatie uit de MAEXchange, zonder verdere aanvraagprocedure. Ook hebben veel initiatieven media-aandacht gekregen of zijn ze gekoppeld aan partners. De komende jaren zal de MAEXchange zich verder ontwikkelen tot het platform met nieuwe functies zoals doneermogelijkheden en lokale applicaties (zoals de MAEXchange Den Haag, die nu

ontwikkeld wordt). Hiermee worden lokale of thematische communities gefaciliteerd om makkelijker met elkaar samen te werken.

Op basis van de data uit de MAEXchange publiceert Kracht in NL de eerste maatschappelijke stand van het land. De waarde en de kracht van de sector wordt zichtbaar, maar ook de behoeften van de sector en wegen om tot krachtenbundeling met bedrijf, overheid, kennisinstellingen en geld-/geefsector te komen. Want we zijn er nog niet. Er liggen voor alle partijen uitdagingen om in een nieuw samenspel tot oplossingen te komen. Deze beschrijven we per hoofdstuk en in onze aanbevelingen.

In dit eerste jaar van de MAEXchange is er nog geen volledige dekking in Nederland gerealiseerd. Vooral de Randstad, Gelderland en Overijssel zijn goed vertegenwoordigd. We hopen de komende jaren in samenwerking met nieuwe partners tot een betere spreiding in Nederland te komen. De op dit moment aan de MAEXchange genoteerde initiatieven zijn bovendien pas het "topje van de ijsberg". Wij vermoeden dat er zo'n 15 duizend producenten van maatschappelijke waarde zijn in Nederland en dat dat aantal gestaag groeit. De komende jaren brengt Kracht in NL deze ontwikkelingen en de gevolgen voor de samenleving en economie in Nederland graag in beeld.

Team Kracht in NL

"Ondernemende burgers, sociale ondernemingen en alle mogelijke andere ondernemende nieuwkomers werken op hun eigen manier aan de grote maatschappelijk verbouwing die we transitie noemen. De kunst wordt om die kracht- en in de samenleving met elkaar te verbinden. Daarvoor moeten we werken aan een nieuwe generatie business modellen om de samenleving te (re)vitaliseren."

Jan Jonker  
Radboud Universiteit,  
hoogleraar Corporate Sustainability

"Als vermogensfonds ontdek je via de MAEXchange initiatieven binnen je doelstelling die je nooit op eigen kracht onder ogen zou krijgen omdat de betreffende initiatiefnemers jouw fonds niet weten te vinden. Beide partijen kunnen hiervan profiteren. Het vermogensfonds kan op deze wijze in contact komen met de kleinste haarvaten van de samenleving. De initiatieven hebben baat bij een geldelijke bijdrage en profiteren ook van de kennis, de ervaring en het netwerk van het ondersteunende vermogensfonds. De uitdaging is dat de MAEX aan geen enkel vermogensfonds zal ontgaan."

Marie Jose Tjemstra  
bestuurder Stichting Zonnige Jeugd  
en Stichting Haella.

# SAMENVATTING

De nieuwe topsector van maatschappelijke initiatieven dwingt een nieuw samenspel af. De verkokerde aanpak van de overheid past niet meer bij deze nieuwe dynamiek. Ook de visie van veel bedrijven en de maatschappelijk verantwoord ondernemen aanpak schiet daarin te kort. De tijd is rijp voor sociale innovatie, voor nieuwe vormen van organiseren, een nieuw samenspel tussen burger, overheid, bedrijfsleven, geld-/geefsector en kennisinstellingen, gericht op het oplossen van maatschappelijke vraagstukken die ons allemaal raken.

Door de MAEXchange wordt zichtbaar welke meervoudige welzijnswaarde maatschappelijke initiatieven leveren in Nederland. Ook wordt duidelijk dat deze nieuwe topsector nieuwe –ongebruikelijke- partnerschappen nodig heeft om verder te professionaliseren en verduurzamen. Rendement voor de samenleving staat daarbij centraal.

6 In de netwerksamenleving wordt publieke waarde door diverse spelers (zoals bewoners, ondernemende communities, buurt-initiatieven, social enterprises) gerealiseerd. Ook sportverenigingen, culturele instellingen en welzijnsorganisaties ontplooiën steeds vaker nieuwe maatschappelijke activiteiten naast hun reguliere activiteiten. Voor deze ondoorgroeiende en veelvormige verzameling van 'initiatieven' introduceert Kracht in NL de term **producenten van maatschappelijke waarde**. Zij voegen op tal van manieren welzijn toe aan hun doelgroep en omgeving: sociale cohesie, veiligheid, zelfredzaamheid en ontwikkelingsmogelijkheden. Deze initiatieven, waarvan er nu 700 aan de MAEXchange zijn genoteerd, leveren nu al aan 1,3 miljoen Nederlanders waarde. Samen vormen zij een sector die met recht de nieuwe topsector genoemd kan worden.

Ongeveer 75 duizend mensen (enkele uitschieters buiten beschouwing gelaten) leveren in deze sector (onbetaalde en betaalde) arbeid. Zij worden veelal ondergewaardeerd als je kijkt naar hun inkomsten, belastingvoordelen en erkenning. In het nieuwe Nederland zou een **arbeidsmarkt van waarde** een beter concept zijn en de huidige betaalde arbeidsmarkt met de vaak onvergoede arbeidsmarkt van initiatieven verbinden. De **Betrokken Nederlanders** (BN-ers nieuwe stijl in plaats van vrijwilligers) verdienen meer dan alleen erkenning. Het is tijd deze sector als onderdeel van de arbeidsmarkt in Nederland te zien en ook zo te waarderen.

De inkomsten van de nieuwe sector bestaan niet meer alleen uit subsidie van de overheid en donaties van fondsen, maar ook voor meer dan 20% uit eigen inkomsten uit eigen producten, diensten en lidmaatschappen.

Waardestromen komen nog amper tot uitdrukking in het huidige verdienmodel. Initiatieven werken met **hybride verdienmodellen**, die tot **waardemodellen** moeten doorgroeien om de sector te verduurzamen en te professionaliseren. Initiatieven willen geholpen worden om een prijsstrategie te ontwikkelen voor de producten en diensten die ze leveren, om daarmee minder afhankelijk te worden van geefgeld. Consumenten, overheden en bedrijven nemen steeds vaker (bewust en onbewust) producten en diensten af van initiatieven. Vooral overheid en bedrijfsleven kan vanuit de rol van *launching customer* de sector steunen. De Betrokken Nederlanders die er werkzaam zijn ontvangen ook steeds vaker in ruil voor hun inzet producten en diensten. Denk aan de energie uit een energiecoöperatie, groente uit de moestuin of de zorg van een zorgcoöperatie.

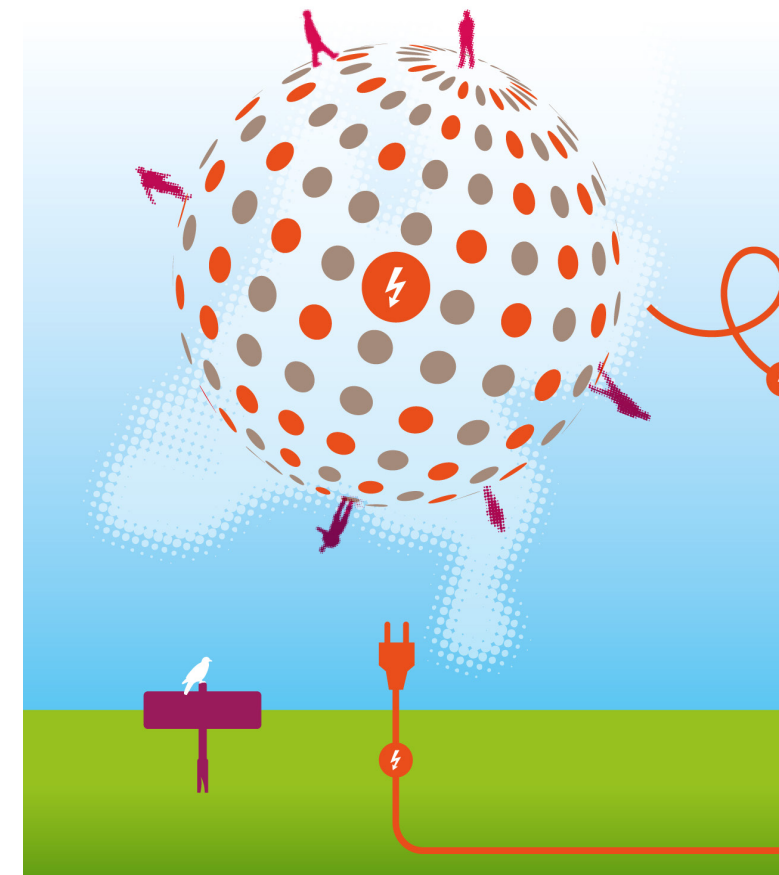
Maatschappelijke waarde is breder dan economische of financiële waarde, en zou tot uiting moeten komen in een landelijke graadmeter voor prestatie. Zo zouden we i.p.v. het Bruto Binnenlands Product kunnen denken aan een **Bruto Nationaal Welzijn**, waarin economische, ecologische en maatschappelijke waarde in samenhang tot uitdrukking komen.

De sector geeft aan vooral behoefte te hebben aan geld, media-aandacht, menskracht en materialen. Niet alleen hebben we hiervan voldoende in Nederland, het is ook nog eens makkelijk te ontsluiten. De vraag is alleen hoe we dit ten gunste van deze sector organiseren.

**Maatschappelijk rendement** realiseren staat bij alle initiatieven centraal. Minder verspilling, minder versnippering, benutten van alle talenten, van overcapaciteit, vooral decentraal, iedereen investeert, iedereen telt. De ultieme toets en waardering van het initiatief zit niet meer bij de instituties maar bij de doelgroep van de initiatieven, de inwoners van Nederland. Via reacties van gebruikers op het MAEXchange profiel wordt waardering en feedback voor het initiatief geleverd.

Willen we op termijn blijven profiteren van de kracht uit de

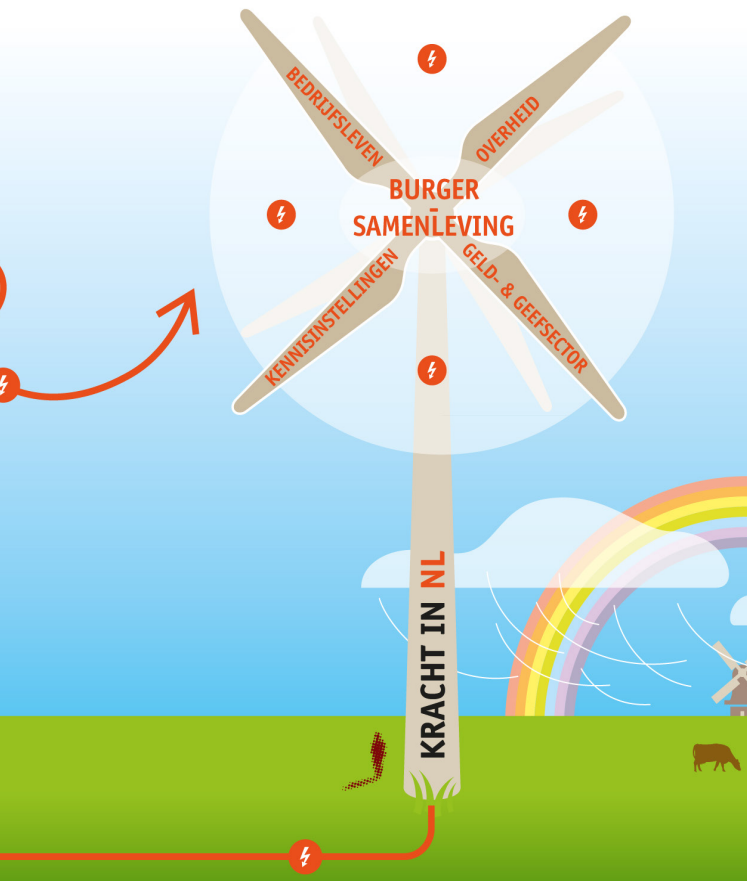
samenleving, dan moet de sector zelf verder professionaliseren. En daarbij is hulp hard nodig. Voor het bedrijfsleven betekent dit vooral samenwerken met deze sector; niet alleen vanuit MVO oogpunt, maar ook als nieuwe afzetmarkt en bron van kennis en netwerk om samen te innoveren. De overheid dient de sector als nieuwe topsector te erkennen, juridische en fiscale drempels weg te nemen en mogelijk een nieuwe rechtsvorm voor de sector te ontwikkelen. Geef voorrang aan initiatieven bij maatschappelijke aanbesteden en geef ze echt het 'right to challenge'.



# AANBEVELINGEN

Fondsen moeten gezamenlijk of samen met een bedrijf of overheid initiatieven meerjarig steunen. Investeer niet alleen met geefgeld maar ook met andere financiële producten zoals leningen, crowdfunding of aandelen en maak kleine giften veel makkelijker toegankelijk.

Wanneer we in staat zijn dit in een nieuw veld vanuit een gelijkwaardig en wederkerig samenspel met elkaar te doen, hebben wij er vertrouwen in dat Nederland uiteindelijk groeit tot een investeringsmaatschappij waarin ieders bijdrage telt en van waarde is.



- Erken deze nieuwe topsector. Maak passende financiële- en regelruimte en experimenteer met nieuwe vormen van samenwerken gebaseerd op wederkerigheid en gelijkwaardigheid. (overheid en [bedrijfsleven](#))
- Zie de arbeidsmarkt van betaald en onbetaald werk als één arbeidsmarkt van waarde waarbinnen uitruil van werk en mensen mogelijk is (overheid en [bedrijfsleven](#))
- Financier ook de exploitatie van het initiatief inclusief salarissen (overheid en [geld-/ geefsector](#))
- Breng je overcapaciteit aan materialen, werkplekken, kennis en menskracht in (overheid, [bedrijfsleven](#), [geld-/ geefsector](#), kennisinstellingen, [sector van initiatieven](#))
- Neem producten en diensten af van initiatieven bv als launching customer. (overheid, [bedrijfsleven](#), [geld-/ geefsector](#), kennisinstellingen, [sector van initiatieven](#))
- Investeer met risico via andere financiële producten als leningen, aandelen, social impact bonds en vul crowdfunding campagnes aan (overheid, [bedrijfsleven](#), [geld-/ geefsector](#))
- Sluit aan bij het Business to Community Lab dat De Groene Zaak, het Groene Brein en Kracht in NL dit najaar starten met de vraag: Hoe kan het decentrale verdienmodel meer schaal krijgen? (overheid, [bedrijfsleven](#), [geld-/ geefsector](#), kennisinstellingen, [sector van initiatieven](#))
- Zorg voor lange termijn financiering en cofinanciering, fondsen onderling of fondsen en bedrijven/overheid, om een meerjarige exploitatie zeker stellen. (overheid, [bedrijfsleven](#), [geld-/ geefsector](#))
- Investeer in (nieuwe) knoop- en kennispunten die het initiatief ondersteunen en bevorder samenwerking daartussen. (overheid, [bedrijfsleven](#), [geld-/ geefsector](#))

## Overheid

- Waardeer de meervoudige waardecreatie en benut dat bij maatschappelijk aanbesteden en right to challenge procedures.
- Ontwikkel een passende rechtsvorm met een aantrekkelijk fiscaal regiem (zoals geen vennootschapsbelasting, vrijstellingen voor bepaalde regels/belasting etc.).
- Waardeer de vrijwillige inzet bij initiatieven. Ook in het systeem van uitkeringen.
- Maak de koppeling tussen vluchtelingen en de sector van initiatieven. Zo kunnen vluchtelingen een zinvolle dagbesteding en integratie in NL bieden.

## Bedrijfsleven

- Benut deze sector als broedplaats voor innovatie
- Zie deze sector als nieuwe afzetmarkt, werk aan business to communities.
- Werk concept arbeidsmarkt van waarde verder uit door meer uitwisseling tussen betaald werk en werk bij initiatieven te bevorderen en stimuleer dat werknemers vanuit hun expertise of betrokkenheid inzet leveren bij initiatieven.
- Zorg dat MVO Maatschappelijke Actief Ondernemen wordt en samenwerken met deze sector onderdeel wordt van de core business en de innovatiestrategie.

## Geld-/ geefsector

- Honoreer de meervoudige (soms bijna verborgen) waarden die misschien in eerste instantie niet aansluiten bij je doelstellingen.
- Maak kleine donatiebedragen makkelijker toegankelijk via de MAEXchange.
- Help de transitie van business naar nieuwe waarde modellen te ontwikkelen en ermee te experimenteren en maak 'transitie-financiering' (waardoor systemen wijzigen) mogelijk.
- Investeer in (nieuwe) knoop- en kennispunten die initiatieven ondersteunen en bevorder samenwerking daartussen.

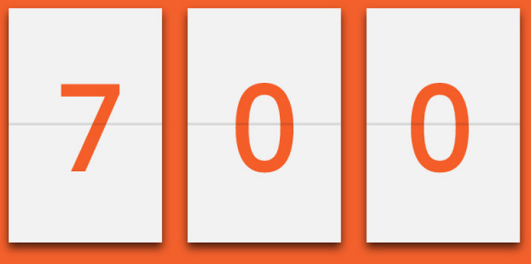
## Kennisinstellingen/onderwijs

- Help de ontwikkeling van waarde modellen, prijsstrategieën en hybride verdienmodellen verder te brengen.
- Werk samen met de praktijk, in onderzoek en opleidingen.
- Help de sector professionaliseren met opleiding, training en coaching.
- De informatie en data over de sector van initiatieven is zeer versnipperd en niet volledig, werk samen met kennisbronnen om de sector beter te doorgronden.

## Sector van initiatieven

- Zorg voor minder afhankelijkheid van subsidies door, waar mogelijk ook, producten en diensten in het economisch verkeer te brengen.
- Professionaliseer je aanpak en verdienmodel
- Zorg voor verschillende partners
- Maak gebruik van alle nieuwe kennis/knooppunten die er voor initiatieven zijn.
- Denk ook aan de inzet van vluchtelingen/asielzoekers

# H1: DE NIEUWE TOPSECTOR IN BEELD

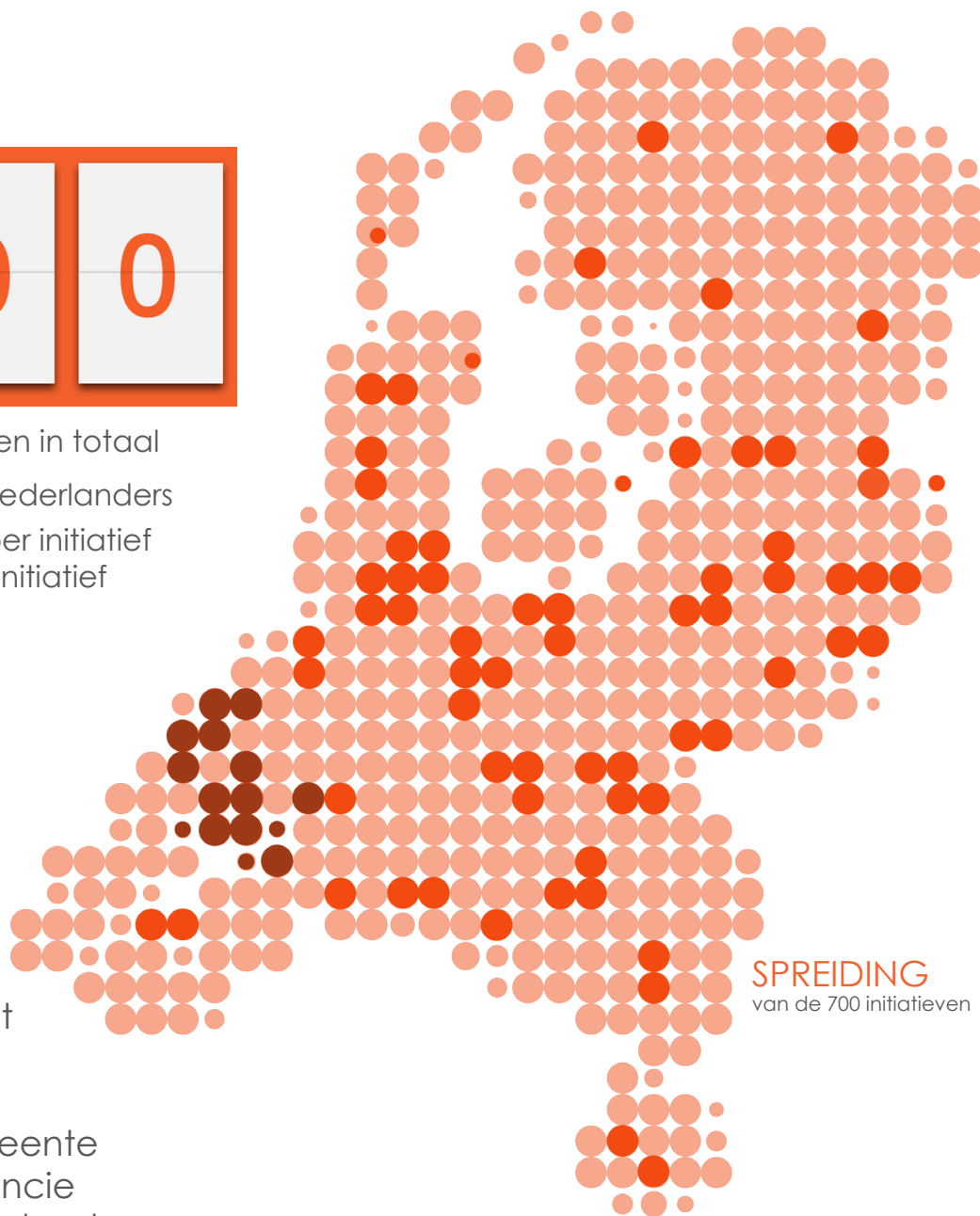


Initiatieven bereiken in totaal  
**1,3 miljoen** Nederlanders  
gemiddeld 1900 per initiatief  
mediaan 200 per initiatief

8

## REIKWIJDTE

130	straat
164	wijk
53	dorp
251	gemeente
84	provincie
11	Nederland



## SPREIDING van de 700 initiatieven

**Leeszaal  
Rotterdam West**

Publieke ontmoetingsruimte waarin taal, literatuur en verbeelding samenkomen. De Leeszaal bereikt 20.000 mensen.

**Hoeve  
Klein Mariëndaal**

Zorgboerderij met theeschenkerij. Biedt werk- en belevingsplekken voor mensen die begeleiding nodig hebben. De Hoeve bereikt 200 mensen.

**BuurtBuik** BuurtBuik

BuurtBuik is gericht op voedselverspilling, armoedebestrijding en het verbinden van mensen. BuurtBuik bereikt 500 mensen.





Nederland is in transitie, de overheid trekt zich terug, de economie klimt uit een dal. We staan als samenleving voor een aantal grote maatschappelijke opgaven die we slimmer, beter, duurzamer en gezamenlijk moeten oppakken. Meer dan ooit staan mensen in ons land zélf voor hun ideeën, verbetering en verandering. Samen creëren ze in hun eigen straat, wijk, stad en provincie. Zij vormen een krachtige motor voor een duurzame, vitale samenleving en een nieuwe economie, waarin ecologische, maatschappelijke en economische waarden zijn verbonden. We zien een enorme innovatie- en creatiekracht bij deze initiatieven die Kracht in NL daarom verenigt in **de nieuwe topsector**. Een topsector die nu nog te weinig op waarde wordt geschat. Maatschappelijke initiatieven bereiken veel mensen. Naar schatting (afhankelijk van hoe breed je de term initiatief definieert) zijn er in Nederland zo'n 15 duizend initiatieven, van ondernemende communities, wijkondernemingen, buurt-initiatieven tot aan sociale ondernemingen.

De sector van initiatieven levert **meervoudige waarde** aan haar doelgroep, en indirect ook aan de omgeving en diegenen die aan het initiatief meewerken. Allen ondervinden zij waarde van deze initiatieven. Waarde die vaak niet in geld kan worden uitgedrukt, maar toch zeker een financiële component heeft. Zo kunnen gemeenten bijvoorbeeld groenonderhoud uitbesteden aan maatschappelijke initiatieven. Deze doen dit vaak niet alleen goedkoper of tegen dezelfde prijs, maar bevorderen ook veiligheid in de buurt, sociale cohesie en bestrijden armoede door producten in de buurt te leveren. In de zorg kan samenwerken met initiatieven tot vernieuwende benaderingen leiden, die maatwerk opleveren en de almaar stijgende zorgkosten helpen beheersen.

In deze eerste maatschappelijke stand van het land zijn 700 aan de MAEXchange genoteerde initiatieven geanalyseerd. Al deze initiatieven leveren meervoudige waarde en een bijdrage aan maatschappelijke opgaven in Nederland. Vele dragen daarmee al bij aan een lokale en regionale economie. De reikwijdte van de meeste initiatieven is lokaal. Sommige initiatiefnemers opereren al van de start landelijk of willen hun bewezen aanpak opschalen naar andere gebieden.

Deze 700 initiatieven zijn het topje van de ijsberg en leveren aan **1,3 mln Nederlanders** op de een of andere manier maatschap-

pelijke waarde. Een waarde die moet worden meegenomen bij beleidsafwegingen, investeringen en aanbestedingskeuzen. De sector van initiatieven verdient het om als volwaardige topsector meer aandacht te krijgen.

## Aanbevelingen

- Erken de sector van maatschappelijke initiatieven als nieuwe topsector die grote waarde heeft voor Nederland.
- Zorg voor zichtbaarheid van de meervoudige waarde van initiatieven.
- Waardeer de verschillende waarden integraal bij beleidsafwegingen, investeringen en aanbestedingskeuzen.
- Maak (financiële) ruimte voor deze nieuwe topsector.
- Fondsen en bedrijven, honoreer de vaak verborgen waarden die worden geleverd en ondersteun ze indien ze passen bij je doelstellingen



• Volgens de Agenda Lokale Democratie is in 80% van de gemeenten burgerparticipatie zichtbaar. In 94% van de gemeenten nemen burgers initiatieven gericht op sociale samenhang en actieve deelname aan de samenleving. 82% van de gemeenten geeft aan dat er sprake is van vrijwilligerswerk en zelforganisatie gericht op instandhouding van lokale voorzieningen.

In de overgrote meerderheid van de gemeenten (87%) vragen burgers de overheid informeel om ondersteuning bij burgerinitiatieven. Gemeenten reageren doorgaans welwillend op deze verzoeken (slechts 2,5% van de verzoeken wordt niet ingewilligd). (bron: Agenda Lokale Democratie BZK, 2015)

• Lees voor meer informatie over het belang van sociale innovatie bv 'Vertrouwen in burgers'- WRR 2013



• Onder 'initiatief' wordt hier verstaan: een initiatief dat **vanuit de samenleving** ontstaat (door burgers of ondernemende communities opgezet, hoewel steeds vaker ook in mengvorm met bv gemeente) **om een maatschappelijk probleem aan te pakken**. De initiatieven zijn langdurige projecten, geen eenmalige evenementen.

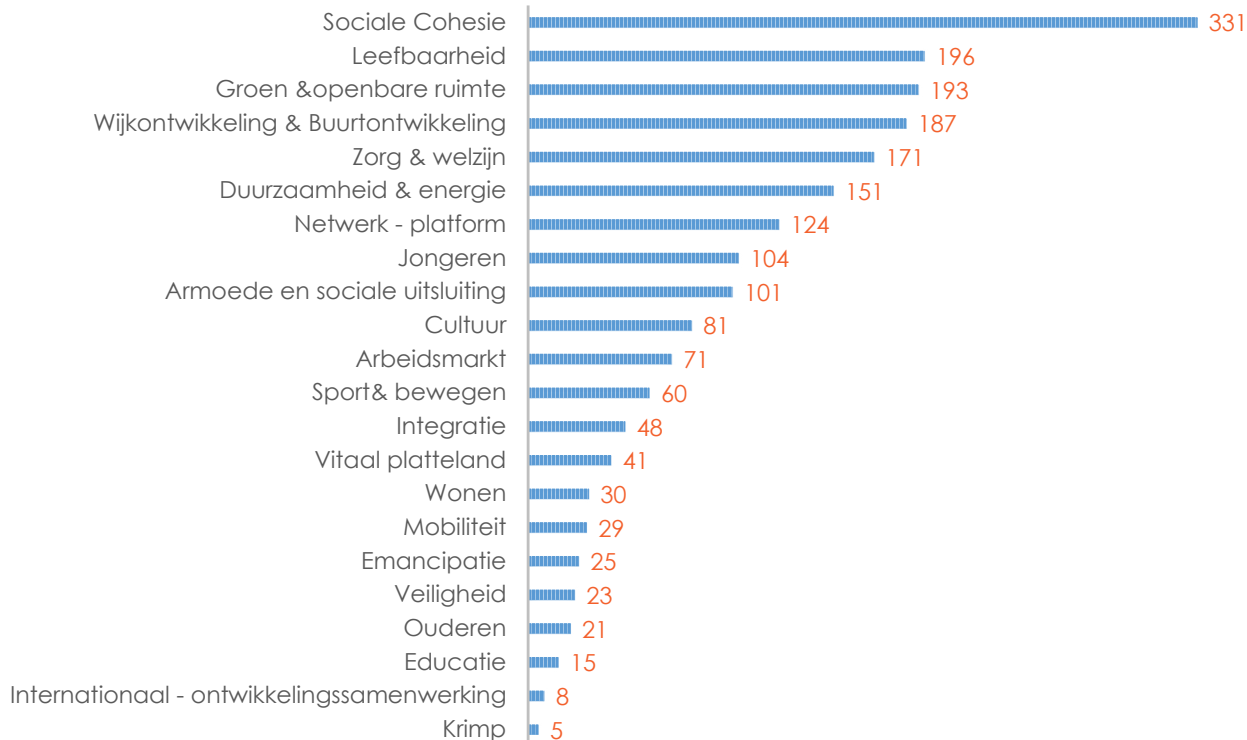
• Dit bereik is een optelsom van het geschatte bereik van de individuele initiatieven. Het betreft niet per se unieke personen.

• Het gaat hierbij niet om communicatief bereik, maar om **welzijn** dat (in grote of kleine mate) wordt geleverd.

• De spreiding is (nog) niet representatief voor de situatie in Nederland, doordat nog niet in alle regio's initiatieven actief zijn benaderd om hun waarde zichtbaar te maken (zoals Rotterdam, Overijssel en Gelderland).

## H2: THEMA'S

### THEMA'S (in aantal initiatieven)



10



50 groene initiatieven hebben ook Duurzaamheid & energie als thema.



Van de 71 arbeidsmarkt initiatieven hebben 14 ook als thema jongeren. Het thema arbeid komt bij uiteenlopende andere thema's terug.



Bij de krimp initiatieven speelt vooral sociale cohesie (3) en leefbaarheid (4) een rol.



Bij ouderen gaat het vooral om zorg (11) en sociale cohesie (10).



Armoede gaat vooral over sociale cohesie (52), maar ook om zorg (27), leefbaarheid (21) en wijkontwikkeling (21).



Bij het thema educatie is in 5 (van 15) gevallen jongeren ook een thema.



### Brownies & downies

Lunchcafé waar mensen met het syndroom van Down naar betaalde arbeid worden geleid.



### BlueCity010

BlueCity010 is een netwerk van zo'n 50 ondernemers die hun business plannen, hun grondstoffen en reststromen op elkaar aansluiten. In BlueCity010 komen circulair ondernemerschap, "blue economy", onderwijsinstellingen en stadslandbouw samen.



### Generaties Aan Tafel

Een keer in de maand koken vrijwilligers en jongeren voor ouderen in verzorgingshuizen. Dit doen ze om de sociale contacten en eenzaamheid van de ouderen te delen en de generatiekloof tussen jong en oud te verkleinen.



De nieuwe topsector dwingt een nieuw samenspel af. De verkokerde aanpak van de overheid past niet meer bij deze nieuwe dynamiek. Ook de visie van veel bedrijven en de maatschappelijk verantwoord ondernemen aanpak schiet daarin te kort. De tijd is rijp voor **sociale innovatie**, voor nieuwe vormen van organiseren, een nieuw samenspel tussen burger, overheid, bedrijfsleven, geld-/ geefsector en kennisinstellingen, **gericht op oplossen van maatschappelijke vraagstukken die ons allemaal raken**.

Kenmerkend voor de kracht van onderop is juist dat bewust en onbewust meerdere thema's in één aanpak wordt geïntegreerd. Met thema's bedoelen we hier vooral beleidsthema's (zoals 'jongeren', 'wonen', 'mobiliteit'). Vanuit de praktijk ontstaan integrale benaderingen als vanzelf. Uit de analyse blijkt dat veruit de meeste initiatieven bijdragen aan **sociale cohesie**. En dat is logisch, want dat zit in hun aard. Maar dat is ook wenselijk, in tijden waarin we vaak worden geconfronteerd met verharding van de maatschappij, polarisatie, groeiend gevoel van onveiligheid en uitsluiting. Initiatieven dragen ieder op hun eigen manier en samen als topsector bij aan de oplossing van maatschappelijke opgaven.

Ook andere grote thema's, zoals zorg & welzijn, groen & openbare ruimte, duurzaamheid, armoede, (jeugd)werkloosheid, zijn thema's waaraan de 700 initiatieven in de MAEXchange werken. Daarbij zien we vaak dat aan een **combinatie van thema's** wordt gewerkt. Zo richt een vijfde van de arbeidsmarkt initiatieven zich op jongeren, en gaan initiatieven die armoede en sociale uitsluiting bestrijden vaak samen met sociale cohesie, maar ook met zorg, leefbaarheid en wijkontwikkeling.

We zien dat de meeste initiatieven ook als ze niet expliciet aangeven een bijdrage te leveren aan het thema duurzaamheid, vanuit een **intrinsiek duurzame motivatie** zijn ontstaan. Slim combineren van wat er is, nabijheid, hergebruik van materialen maar ook kennis en ruimte delen, mensen verbinden en het tegengaan van verspilling zijn immers leidende principes bij hun aanpak.

Vaak zijn deze initiatieven al **meer onderdeel van je leven dan je denkt** en zijn de combinaties van thema's waaraan gewerkt wordt zo verweven dat we ze niet expliciet afzonderlijk meer

waarnemen. De lunchroom waar je een broodje eet, serveert bijvoorbeeld niet alleen duurzame streekproducten, maar deze zijn ook gekweekt op een zorgboerderij door mensen met een handicap. Je oude overhemd wordt verwerkt tot unieke boxershort, door dames met een afstand tot de arbeidsmarkt die bij het initiatief een opleiding krijgen.

## Aanbevelingen

- Benut de productieve kweekvijver van nieuwe initiatieven met hun creatieve oplossingen voor oude problemen.
- Hef de verkokerde benadering van de overheid op.
- Waardeer de integrale aanpak van thema's, onder andere in the right to challenge procedure.
- Kennisinstellingen moeten meer interdisciplinair samenwerken, niet alleen met elkaar, maar ook met (knooppunten van) communities.



• "GSD Calls for interdisciplinary approach, which entails integrating disciplines of the natural sciences and the social sciences, and bringing together people and ideas from those disciplines to jointly frame problems, devise methodological approaches and analyze data. (...)

Transdisciplinarity is needed and combines interdisciplinarity and participatory approaches and requires reaching out to various communities and considering non scientific knowledge (e.g. from local and indigenous communities, user groups, the general public, non governmental organizations) in the research process." (bron: Global Sustainable Development Report 2015)

• "Over de hele linie is een enorme fragmentatie opgetreden in alle geledingen van onze samenleving met alle gevolgen voor 'partiële rationaliteit' of te wel: elk fragment gaat voor zich zelf vanuit een beperkt blikveld en eenzijdig belang, terwijl juist voor de enorme wereldwijde uitdagingen 'integrale rationaliteit' een noodzaak is. Fragmentatie zien we bij de verkokerde overheid, waar iedere sector zijn eigen departement heeft, en onze kennisinfrastructuur die sterk versnipperd is in vele faculteiten, opleidingen en instituten (Scheepbouwer 2008, Taylor 2009).

Smart Living stelt het thuisdomein en de buurt (wijk) centraal: daar komen vele sectoren bij elkaar en spelen vele maatschappelijke trends en acute uitdagingen een rol van betekenis (denk bijvoorbeeld aan zorg, energie, vergrijzing of sociale cohesie). Binnen dit domein kunnen we door een aanpak gericht op alle P's, substantieel voordeel en meerwaarde behalen, en daarmee een aanzienlijke verbetering van de kwaliteit van ons leven. We noemen dit Smart Living, met als kernbegrippen 'samen, decentraal, duurzaam' (Bron: 'De Kunst van het samenleven (Essay)'- prof. dr. ir. Nico Baken)



• De initiatieven is gevraagd om **maximaal 3 kernthema's** aan te geven. Dit is wellicht niet volledig, maar laat wel de focus van de initiatieven zien.

• Het aantal initiatieven binnen het thema '**groen & openbare ruimte**' is relatief hoog, omdat begin 2015 in samenwerking met o.a. de Provincie Zuid Holland en IVN/ Groen Dichterbij een project heeft plaatsgevonden rondom de waarde van groene buurtinitiatieven.

### H3: ARBEIDSMARKT VAN WAARDE: BETAALD vs ONBETAALD



1.500 betaalde medewerkers  
per initiatief 7 uur  
per week (mediaan)

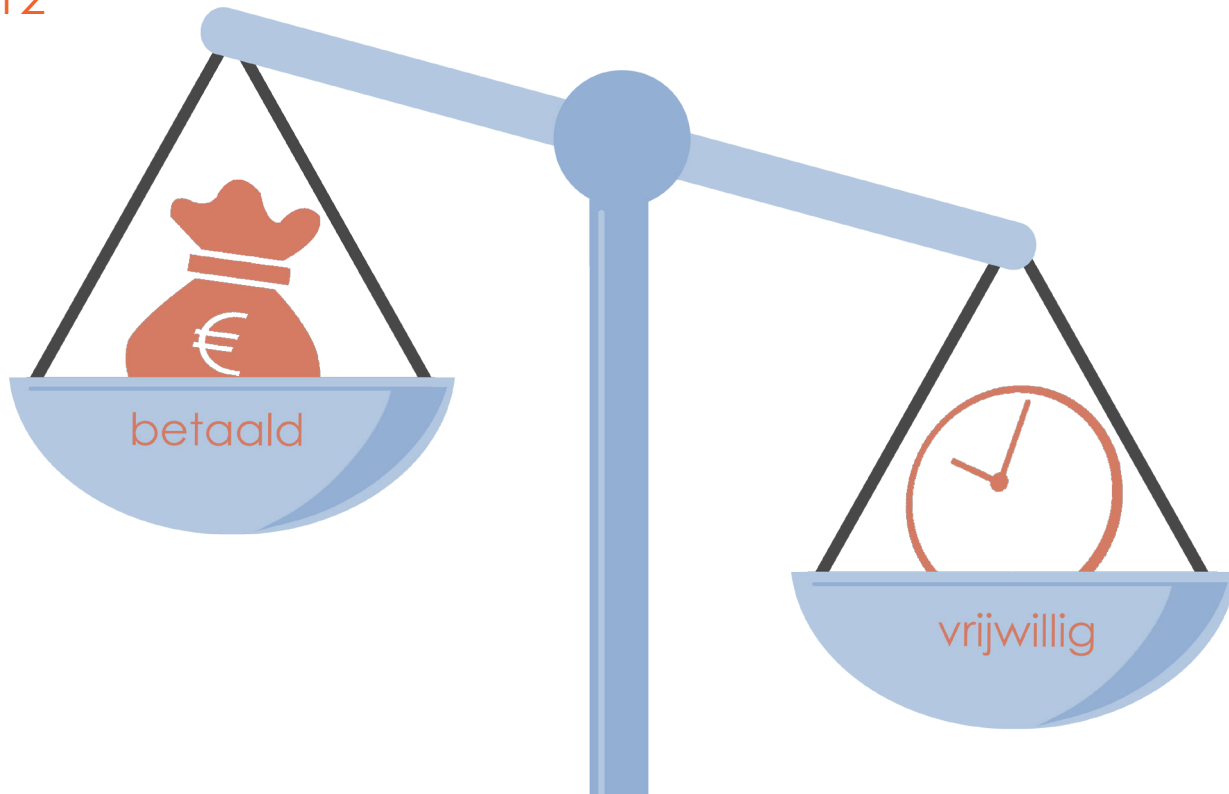


74.500 vrijwilligers  
per initiatief 50 uur  
per week (mediaan)

Het aantal uren dat een betaalde medewerker per week aan een initiatief besteedt ligt hoger dan bij de vrijwilliger.

Het aantal uren dat een vrijwilliger per week besteedt aan een initiatief loopt sterk uiteen van bijna niets tot een aantal uren per dag.

12



Stichting  
Ambulance Wens

Ambulance Wens vervult gratis laatste wensen voor niet mobiele terminale patiënten door heel Nederland. Het initiatief doet dit met 200 medische vrijwilligers en vijf zelf ontworpen ambulances.



Beter  
Thuis

Ouder worden, maar dan wel zoals je het zelf wilt en regelt. Zo goed en lang mogelijk in je eigen huis blijven, met hier en daar een beetje hulp en gezelligheid van buitenaf.  
BeterThuis is een marktplaats van vraag en aanbod van zorg voor ouderen.



Fietsbank  
Maastricht

Fietsbank Maastricht herstelt fietsen en geeft deze weg aan mensen met een inkomen onder bijstandniveau. De uitvoering wordt gedaan door (verplichte) vrijwilligers, mensen met taakstraffen en mensen met geestelijke problemen.



De analyse van de 700 initiatieven laat zien dat er zo'n **75.000 mensen aan het werk** zijn (enkele uitschieters buiten beschouwing gelaten) en betaald of onbetaald waarde leveren in deze sector. **Een op de 50** mensen wordt **betaald** voor hun inzet. Deze mensen zetten zich in om met elkaar die waarde te leveren voor de doelgroep van 1,3 miljoen Nederlanders.

Het werk dat ze vaak onbetaald verrichten levert (**welzijns waarde voor de doelgroep, vaak ook voor de omgeving en de vrijwilligers zelf**). Toch wordt het belang van hun inzet nog nauwelijks gezien en erkend. Een vrijwilliger die zich enkele uren van zijn tijd inzet voor hulp aan anderen zal in ruil daarvoor vooral voldoening krijgen of iets leren. Uit de analyse en met name uit gesprekken met de mensen achter de initiatieven blijkt dat een groot deel van de vrijwilligers, met name de initiatiefnemers zelf, zoveel vrijwillige inzet levert dat deze zelf niet meer (voldoende) in hun eigen onderhoud kunnen voorzien. Het wordt tijd ook deze inzet te waarderen, in welke vorm dan ook.

Wel zien we dat vrijwilligers in ruil voor hun inzet soms producten of diensten ontvangen (bv de energie van gezamenlijke zonnepanelen of het voedsel uit de moestuin, het diploma waarmee ze naar de arbeidsmarkt kunnen etc). Het woord vrijwilliger dekt eigenlijk niet (langer) de lading en is aan vervanging toe. Het zijn **producenten van maatschappelijke waarde**.

In Nederland wordt 'de arbeidsmarkt' gezien als de 'betaalde' arbeidsmarkt. Instanties als UWV, arbeidsbureaus, etc richten zich er op mensen met een uitkering zo snel mogelijk naar een betaalde baan te krijgen. Maar er is meer. Er wordt ook werk verricht, betaald en onbetaald in de nieuwe topsector, die nog niet gezien wordt als onderdeel van 'de arbeidsmarkt'. Er wordt niet alleen werk verricht, een aantal initiatieven richt zich juist op het toeleiden van mensen naar betaald werk en sommige initiatieven maken mensen meer zelfredzaam, met als gevolg dat zij gemakkelijker betaald werk vinden.

De nieuwe topsector biedt kansen om de arbeidsmarkt in de volle breedte te bezien. Als we de waarde die wordt geleverd door arbeid voor de samenleving als uitgangspunt nemen, ontstaat een veel bredere **arbeidsmarkt van waarde**.

Uitwisseling tussen de huidige betaalde arbeidsmarkt en de nieuwe topsector van waarde zou dan veel makkelijker moeten kunnen. Iedereen kan dan meedoen. Als we de arbeidsmarkt van waarde verder ontwikkelen kunnen **uitkeringsgerechtigden, mensen die tijdelijk langs de zijlijn staan of weinig werk hebben wel meedoen**. Ook vluchtelingen en asielzoekers kunnen de waarde leveren (die ze vaak willen, maar nu niet mogen/ kunnen leveren) en ingezet worden in deze topsector. Arbeid die maatschappelijke waarde levert moet gewaardeerd worden via belastingvoordelen of community fondsen. Uitwisseling tussen reguliere arbeidsmarkt en de deze topsector moet makkelijker worden. Dit zou kunnen door medewerkers uit bedrijf en overheid (bijvoorbeeld wanneer ze tijdelijk onderbezet zijn) te detacheringen bij initiatieven, om te leren over werken in de netwerkeconomie. Ook zouden werkzoekenden via vrijwilligerswerk makkelijker kunnen doorstroom naar betaald werk.



## Aanbevelingen

- De arbeidsmarkt van betaald en onbetaald werk moet als één worden gezien: als arbeidsmarkt van waarde, waartussen uitruil van werk en mensen mogelijk is.
- Overheid (UWV) en bedrijfsleven: werk dit concept verder uit met meer beloningsmogelijkheden, zoals het verhogen van de vrijwilligersvergoeding, aftrek bij inkomstenbelasting bij substantieel vrijwilligerswerk/community services.
- De vrijwillige inzet bij initiatieven zou moeten worden gewaardeerd in het systeem van uitkeringen
- De vrijwilliger verdient een nieuwe naam: BN-er (betrokken Nederlander nieuwe stijl)
- Initiatieven leveren vaak persoonlijke ontwikkeling/educatie waarna toeleiding naar de arbeidsmarkt plaatsvindt. Dit moet gewaardeerd worden.
- In de arbeidsmarkt van waarde staat niemand langs de kant (ook vluchtelingen en asielzoekers niet).



• Het SCP heeft onderzoek gedaan naar ontwikkelingen in vrijwilligerswerk in de Sociale Staat van Nederland 2013. Tussen 2004 en 2012 is het aandeel van de Nederlanders dat vrijwilligerswerk verricht gestegen van 24% naar 28%. Uit de gegevens van het SCP blijkt dat Nederlanders die veel tijd kwijt zijn aan betaalde arbeid minder tijd aan vrijwilligerswerk besteden. Voor huishouden en zorgtaken is niet sprake van een dergelijk negatief verband. De meest voorkomende motieven voor vrijwilligerswerk hebben te maken met leren, waarden (dat het belangrijk is een ander te helpen) en zelfbevestiging. Slechts een klein deel doet vrijwilligerswerk om aan betaald werk te komen. (Bron: 'De sociale staat van Nederland 2013, H8.5 - Sociaal Cultureel Planbureau)

• Sinds 1 januari 2015 is de regeling Vrijwilligerswerk in de WW van kracht. Het is nu toegestaan voor mensen met een WW-uitkering om een onbeperkt aantal uren vrijwilligerswerk te doen bij een vrijwilligersorganisatie. Indien het vrijwilligerswerk de kansen op de arbeidsmarkt vergroot kan het UWV ontheffing geven van sollicitatieplicht. (bron: [www.rijksoverheid.nl](http://www.rijksoverheid.nl))

• Vereniging Nederlandse Organisaties Vrijwilligerswerk (NOV) heeft een aantal belangrijke standpunten mbt vrijwilligerswerk. Zo vinden zij dat ook asielzoekers de mogelijkheid moeten hebben zich maatschappelijk in te zetten door vrijwilligerswerk te doen. De 'inkeuring' van het vrijwilligerswerk is zowel voor organisaties als asielzoekers belangrijk. (bron: [www.nov.nl](http://www.nov.nl))



• Het aantal uren per week betreft de **mediaan** van het aantal uren dat een initiatief aan arbeid verzet. Gekozen is voor de mediaan omdat het gemiddelde door enkele uitschieters hier een vertekend beeld oproept.

## H4: INKOMSTEN

### GIFTEN



subsidie		<b>595 initiatieven</b> ontvangen gemiddeld 28% van hun inkomsten uit subsidie (12 initiatieven 100%)
donatie tijd		<b>572 initiatieven</b> ontvangen gemiddeld 18% van hun inkomsten uit donaties van tijd (0 initiatieven 100%)
donatie geld		<b>591 initiatieven</b> ontvangen gemiddeld 17% van hun inkomsten uit donaties van geld (4 initiatieven 100%)
donatie materiaal		<b>584 initiatieven</b> ontvangen gemiddeld 11% van hun inkomsten uit donaties van materiaal (1 initiatief 100%)

### EIGEN VERDIENSTEN



producten en diensten		<b>577 initiatieven</b> ontvangen gemiddeld 21% van hun inkomsten uit eigen producten en diensten (10 initiatieven 100%)
lidmaatschap		<b>492 initiatieven</b> ontvangen gemiddeld 11% van hun inkomsten uit lidmaatschappen (4 initiatieven 100%)

## hotspot hutspot

Hotspot Hutspot

Hotspot Hutspot wil gezond eten bieden voor iedereen. Dit doet Hotspot Hutspot door de leegstand in de wijken te benutten met stadslandbouw en restaurants waar tieners na schooltijd kunnen binnenlopen om mee te doen aan kookactiviteiten.



Talentfabriek 010

Talentfabriek 010 bevordert talentontwikkeling en verhoogt participatie. Inkomsten komen uit betaalde opdrachten, zoals productieopdrachten uit het naaiatelier, cateringopdrachten, en verkoop van producten uit eigen tuin.



Van Hulley

Van Hulley maakt van versleten overhemden een prachtige boxer- of slaapshort. Gemaakt in Groningen door vrouwen die anders moeilijk aan de slag komen. Naast hun werk bij Van Hulley volgen de vrouwen een opleiding. Zo vergroten zij hun kans op de arbeidsmarkt.



## VISIE

Van oudsher worden maatschappelijke initiatieven **financieel gesteund door overheid, fondsen en (familie)bedrijven**, en wordt er arbeid verricht door vrijwilligers. Dat maakt dat de sector traditioneel gezien gewend is om giften (subsidie en donatie) te ontvangen. Dit is aan het veranderen. Mede door bezuinigingen bij de overheid worden publieke waarde steeds meer ingevuld door maatschappelijke initiatieven. Zij voorzien daarbij in een behoefte die zij vertalen naar **producten en diensten** voor de doelgroep. Die producten en diensten brengen zij in het economisch verkeer, waardoor de verdien-capaciteit toeneemt en afhankelijkheid van giften omlaag gaat. Wij zien dat een belangrijk deel van de initiatieven inkomsten uit eigen producten, diensten en lidmaatschappen genereert. **Initiatieven creëren daarmee (lokale) economie** en zorgen er bovendien voor dat het geld in het gebied blijft.

Inkomen uit eigen verdiensten genereren is vaak een moeizame weg, omdat de maatschappelijke waarestromen onvoldoende zichtbaar en meetbaar zijn. Hoe waardeer je bijvoorbeeld dat de kinderen met overgewicht bij WorkOutWijs niet alleen aan een gezonde leefstijl worden geholpen, maar ook minder snel uit het schoolsysteem vallen, de leefstijl van het gezin verbetert, en de kans op diabetes op termijn afneemt? Vaak kan die **bijvangst** niet naar het verdienmodel worden vertaald.

Net als bij startups in het bedrijfsleven is in de **startfase geefgeld of seed money** nodig. In tegenstelling tot startups bij bedrijven, zo blijkt uit de analyse, is ook in de volgende levensfasen geefgeld nodig. Dit komt doordat niet alle opbrengsten worden gewaardeerd, het ontbreken van een **waardemodel**, gebrek aan investeerders en voor een deel door de eigen organisatie. Veel initiatieven werken met een **hybride verdienmodel**, waar-bij een deel van de taken "in de markt wordt gezet". Daarnaast blijven subsidies en donaties voor de overige maatschappelijke activiteiten nodig, naast de inzet van vrijwilligers. Producten en diensten afnemen helpt. Zo heeft recentelijk de gemeente Amsterdam aangegeven meer te gaan investeren in sociale ondernemingen. Niet door subsidieverstrekking, maar door meer producten van ze in te kopen (actieplan sociaal ondernemen 2015-2018, gemeente Amsterdam). De gemeente wordt daarmee **launching customer** van de sociale ondernemers en betreft ze via **maatschappelijk aanbesteden**. Een

dergelijke aanpak is wenselijk voor de hele topsector. Maatschappelijke waarde is breder dan economische of financiële waarde, en zou tot uiting moeten komen in een landelijke graadmeter voor prestatie. Zo zou het Bruto Binnenlands Product beter vervangen kunnen worden door een concept als **Bruto Nationaal Welzijn**. In het BNW komen economische, ecologische en maatschappelijke waarde dan in samenhang tot uitdrukking.

## Aanbevelingen

- Geefgeld/subsidie blijft nodig. Doneer meer vanuit een lange termijn visie.
- Kleine donatiebedragen moeten makkelijker toegankelijk worden. De MAEXchange biedt de mogelijkheid dit eenvoudig te doen.
- "Stokje over financiering" of cofinanciering tussen fondsen onderling of fondsen en bedrijven/overheid zal meerjarige exploitatie meer zeker stellen.
- Durf te investeren (leningen, crowdfunden, aandelen, social impact bonds) ook fondsen en banken moeten meer met risico kapitaal meedoen.
- Ontwikkel met alle actoren gezamenlijk nieuwe waarde-modellen (in plaats van ieder voor zich) en experimenteer daarmee.
- Neem meer producten en diensten af bij initiatieven via maatschappelijk aanbesteden, right to challenge en als launching customer.
- Financier ook de exploitatie waaronder de geleverde arbeid van (met name) de initiatiefnemer
- Investeer met risico via andere financiële producten als leningen, aandelen, social impact bonds etc. Vul tekorten aan door middel van crowdfundingcampagnes.
- Ontwikkel een nieuw concept als Bruto Nationaal Welzijn om waarden integraal landelijk uit te drukken. Ondersteun initiatieven in hun professionalisering. Zo helpt kennis van verdienmodellen en waarde modellen om nieuwe partners te vinden.

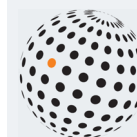


## CONTEXT

- Een belangrijke missie van veel buurtenergie-bedrijven is om 'geld in het gebied te houden'. Zo hebben de mensen van het Buurtenergiebedrijf Zwolle berekend dat binnen hun gemeente jaarlijks € 250 miljoen wordt uitgegeven aan energie. Miljoenen die grotendeels bij buitenlandse aandeelhouders van grote energiebedrijven belanden. Ervoor zorgen dat steeds meer van dat geld binnen de gemeente blijft, kan de lokale economie stevig versterken. (Bron: 'Buurtenergie anno 2013' - Jurgan van der Heyden - www.atosborne.nl)

- 52% van de door Social Enterprise NL onderzochte social enterprises geeft aan in 2014 financiering te hebben gezocht. 79% hiervan heeft dit ook gevonden, hoewel toegang tot kapitaal als belangrijke barrière voor groei wordt genoemd. Als mogelijke verklaringen hiervoor noemt Social Enterprise NL de toename van 'impact investeerders', meer aandacht voor social enterprises van 'traditionele' filantropiefondsen en crowdfunding. (Bron: 'Social Enterprise Monitor 2015' - Social Enterprise NL - www.social-enterprise.nl)

15



## VERANTWOORDING

- De initiatieven is gevraagd een inschatting te geven van de **verhoudingen van hun inkomsten**. Overigens is het voor initiatieven vaak lastig om de inkomsten van verschillende aard (bijvoorbeeld geld en materiaal) met elkaar te vergelijken.

- Het gemiddelde aandeel van een inkomstenbron is een gemiddelde van alleen die initiatieven die aangeven inkomsten te krijgen uit deze bron.

## H5: INITIATIEFNEMERS

### FRAGMENT

uit interview Kracht in NL met Stichting Bewonersbedrijf Berflo Es (2015)

"[...] Om continuïteit in het aanbod van activiteiten en inzet van mensen te kunnen krijgen moeten nog wel een aantal hobbels worden genomen. De ruimte voor uitkeringsgerechtigden om zich in te zetten bijvoorbeeld voor het bewonersbedrijf wordt beperkt doordat zij worden gekort op hun uitkering wanneer ze zich willen inzetten voor wijkactiviteiten. Hierover zijn de initiatiefnemers onder andere in gesprek met het UWV en de gemeente om te proberen meer flexibiliteit hierin te krijgen.

Een eventuele oplossing zou vanuit het onderzoek in samenwerking met de Koninklijke Nederlandse Heidemaatschappij (KNHM) kunnen komen. Samen met de KNHM gaat bewonersbedrijf BerfloEs onderzoeken of activiteiten die ondersteunend zijn voor de buurt, onder sociale onderneming kunnen worden geschaald. De vraag hierbij is hoe tot een duurzame oplossing voor de toekomst kan worden gekomen zodat inzet wordt beloond met marktconforme bedragen en er doorstroom kan plaatsvinden naar werkervaringplekken. [...]"



Wilskracht Werkt

Wilskracht werkt heeft als doel de onzichtbare groep van armen, die niet zichtbaar zijn voor instanties, te helpen. Het zijn de gezinnen en echtparen die leven van een klein inkomen. Of ouderen die leven van een klein pensioen en niet gewend zijn om hulp in te roepen.



Park  
Coehoorn

Bewonersinitiatief om een braakliggende kavel in de stad een groene invulling te geven.



Persbureau  
Gibraltar

Bewonersinitiatief, uitgevoerd door buurtbewoners, met hulp van welzijnsorganisaties, ondernemers en journalisten, dat startte in de herfst van 2012 als jongerenpersbureau.





## VISIE

Een maatschappelijk initiatief ontstaat vaak vanuit **directe betrokkenheid of passie** van mensen. Initiatiefnemers starten meestal vanuit een plan in de praktijk voor **eigen rekening en risico**. Zij worden vaak niet vergoed voor hun inzet bij de start en hebben veelal een betaalde andere baan of een uitkering.

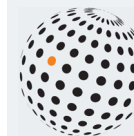
Naarmate het initiatief zich ontwikkelt ontstaat behoefte aan partners, kennis, werkruimte en geld. Uit de vele gesprekken met initiatiefnemers is bekend dat er vaak grote werkdruk ontstaat en moeite om alle ballen in de lucht te houden. Soms is de inzet gericht op het blijven voortbestaan van het initiatief, soms juist op opschalen en doorgroeien. Daarvoor is een investering, extra hulptroepen en vaak andere expertise nodig. Als er meer zekerheid omtrent inkomsten zou zijn willen veel initiatiefnemers wel hun betaalde baan of uitkering opzeggen om zich geheel, gewaardeerd, voor hun initiatief in te zetten. Door de subsidie/donatie afhankelijkheid (altijd korte termijn) is dit vaak onmogelijk. De afhankelijkheid van vrijwilligers maakt het bovendien lastig om kwaliteit en prestatie te garanderen. In veel gevallen geldt als de initiatiefnemer stopt, valt het initiatief om. Dat hoort niet bij een volwassen topsector en moet dus worden voorkomen.

Initiatiefnemers worden nu vaak begeleid door zogenaamde **nieuwe kennis- en expertisepunten** zoals Greenwich, Social Enterprise NL, NME centra, Kracht in NL, etc. De meeste initiatieven kunnen voor die diensten nog niet betalen waardoor financiering elders moet worden gezocht. Ook die knooppunten en expertisecentra kampen vaak met hun voortbestaan en werken met hybride bedrijfsmodellen omdat de uiteindelijke klant niet of nauwelijks kan betalen voor de producten en diensten waaraan wel behoefte is.

De **waardingsmodellen voor initiatiefnemers en een solide kennis en infrastructuur** die ondersteunend is aan initiatieven, zijn nog onvoldoende ingevuld.

## Aanbevelingen

- Zowel initiatiefnemer als sleutelpersonen moeten vergoed kunnen worden als ze van waarde zijn. Nu financieren overheden, bedrijven en vermogensfondsen amper tot niet de exploitatie en salariskosten. Alle middelen moeten gaan naar de uiteindelijk te bereiken doelgroep.
- Investeer in de professionalisering van de sector via opleiding en coaching van initiatiefnemer en sleutelpersoneel
- Investeer in (nieuwe) knoop- en kennispunten en bevorder samenwerking daartussen



## CONTEXT

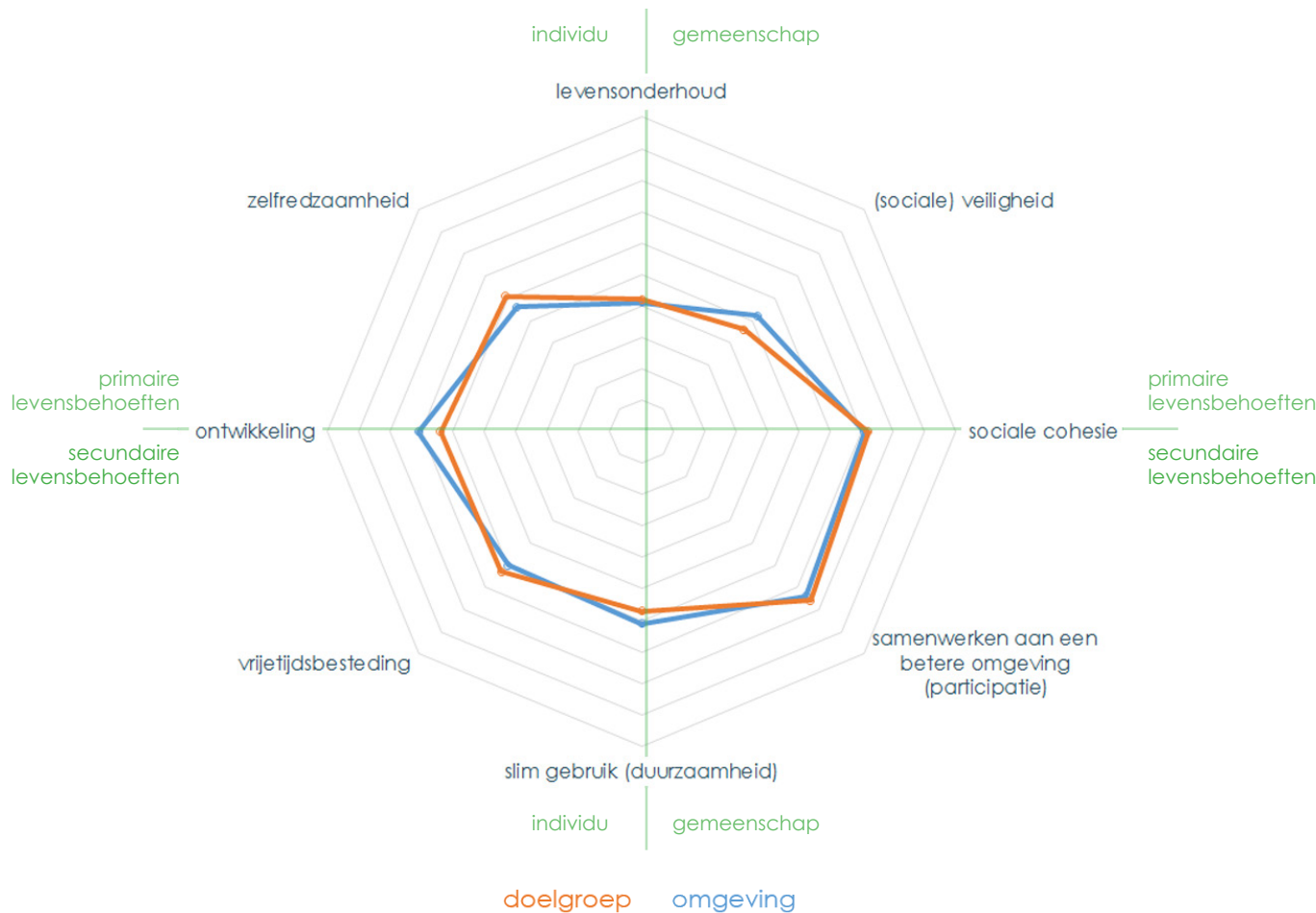
- Het IMI onderscheidt een aantal bloedgroepen van initiatiefnemers: collectieven (produceren zelf en voor elkaar), sociale ondernemers (professioneel; combineren ideëel met commercieel), burgers met initiatief (individueel of kleine groepen), gekantelde organisaties (professionals die werkwijze vernieuwen) en mantelzorg (steun voor familie/kennissen uit sociale plicht).  
(Bron: 'Zes brillen op maatschappelijke initiatieven in zorg en welzijn' - [www.doedemocratie.net](http://www.doedemocratie.net))

- Meer informatie over behoeften van initiatieven en initiatiefnemer zie: 'Een analyse van de trends, onderwerpen en indieners van inzendingen voor Duurzame Dinsdag' (Greenwish, september 2015)

# H6: MEERVOUDIGE WAARDECREATIE

## WAARDEWEB

Onderstaand waardeweb toont hoe de 700 initiatieven effect hebben op het welzijn van hun directe doelgroep en de omgeving ten opzichte van de andere welzijnswaarden. Waarden in de bovenste helft van het web richten zich gemiddeld meer op primaire levensbehoeften, waarden in de onderste helft zijn meer secundaire. Waarden aan de linkerkant richten zich meer op het individu, waar de rechterkant meer waarde voor de gemeenschap toont.



Stichting  
Voedseltuin

De Voedseltuin draagt niet alleen bij aan groen in de wijk, maar levert ook voedsel aan de voedselbank en is daarnaast een werkgelegenheidsproject voor mensen met lange afstand tot de arbeidsmarkt.



DoorDeWijks

DoorDeWijks activeert wijkbewoners, die tijd beschikbaar hebben, tot het verlenen van betaalbare sociale wijkhulp. Dit levert de doordewijkers een bijverdienste op en biedt een betaalbare oplossing aan wijkgenoten met een hulpvraag.



De Groene Regentes

De Groene Regentes is een wijkinitiatief van bewoners die de wijk Regentesse Valkanboskwartier willen verduurzamen door het organiseren van bijeenkomsten en het vormen van werkgroepen rond thema's die zij van belang acht voor de wijk.



## VISIE

In de **netwerksamenleving** wordt publieke waarde door diverse spelers (zoals bewoners, ondernemende communities, buurtinitiatieven, social enterprises) gerealiseerd. Daarnaast ontplooiën ook **sportverenigingen, culturele instellingen en welzijnsorganisaties** steeds vaker nieuwe maatschappelijke activiteiten naast hun reguliere activiteiten. Zo organiseren sportverenigingen computerlessen of beweegactiviteiten voor eenzame ouderen in de buurt en bieden theaters dagbesteding aan gehandicapten. Voor deze ondoorgrondelijke en veelvormige verzameling van 'initiatieven' introduceert Kracht in NL de term **producenten van maatschappelijke waarde**.

De 700 producenten van maatschappelijke waarde, genoteerd aan de MAEXchange, maken slim gebruik van wat er is en **leveren meervoudige waarde**. Zo voorziet een stadslandbouwinstituut voor sommige gebruikers in voedsel, worden anderen klaargestoomd voor de arbeidsmarkt, krijgen leerlingen van scholen er natuureducatie, leren weer andere gebruikers over een gezonde leefstijl, en levert het aan weer anderen waardevolle vrijetijdsbesteding. Deze verschillende welzijnswaarden worden inzichtelijk in het waardeweb van de initiatieven.

Uit de analyse blijkt dat de waarden die het meest worden geleverd sociale cohesie en samenwerken aan een betere buurt zijn. Soms horen die niet bij de hoofdactiviteiten, maar is die sociale waarde voor de buurt of community een bijvangst voor de doelgroep of juist voor de omgeving. Een energicoöperatie houdt zich primair met energie in de wijk bezig, maar vaak gaan de deelnemers vanuit die samenwerking met meer activiteiten voor de buurt aan de slag. Initiatieven richten zich, op uiteenlopende manieren, op het versterken van de zelfredzaamheid van hun doelgroep. Zo zorgen sommige initiatieven ervoor dat mensen langer thuis kunnen blijven wonen, anderen leren hun doelgroep vaardigheden (of bv taal) om makkelijker aan werk te komen. De gevolgen voor de omgeving zijn soms weer anders. Als hangjongeren in een buurt aan het werk gaan zal het gevoel van veiligheid vaak toenemen. Juist het effect op de omgeving is meestal nog niet of nauwelijks in beeld, terwijl het waardevol is om dit inzichtelijk te hebben en de ontwikkeling ervan te volgen.

Omdat we in staat zijn die waarden inzichtelijk te maken in de

MAEXchange kunnen we **ongebruikelijke partnerschappen** tot stand te brengen. Zo past het bij een zorgverzekeraar om een moestuin te steunen als zij weten hoeveel mensen daar worden geholpen meer zelfredzaam te worden en gezond te leren leven. Ook een omgevingseffect, zoals meer sociale cohesie, zal bijvoorbeeld uitsluiting van eenzame ouderen verminderen, hetgeen weer voor het ouderenbeleid van de gemeente van waarde is.

## Aanbevelingen

- Breng de waarde en kracht van alle producenten van maatschappelijke waarde in beeld.
- Zorg voor beter waarderen en/of beprijzing van maatschappelijke producten en diensten.
- Ontwikkel een passende rechtsvorm voor producenten van maatschappelijke waarden met een aantrekkelijk fiscaal regime (zoals geen vennootschapsbelasting, vrijstellingen voor bepaalde regels/belasting).
- Bedrijven, overheid en geld- en geefsector zorg voor een erkenning van de bijvangst/meervoudige waarde. Investeer in die nieuwe spelers als ze waarde realiseren die bij je doelstelling past (die misschien niet in de hoofdactiviteit zichtbaar wordt).



## CONTEXT

- Almost half of the Social Enterprises does not measure their social impact. Those Social Enterprises that do measure social impact mostly use specific impact indicators and/or use the reach of their organization as a proxy for social impact.

A typical indicator of reach is the number of people supported. Typical ways to measure social impact are number of people employed (in case of labor participation) or amount of CO2 reduction (mostly applicable in Cleantech). Only a small share of respondents used advanced methodologies such as Social Return on Investment (SROI). (Bron: 'Opportunities for the Dutch Social Enterprise Sector' - McKinsey en Company November 2011)



## VERANTWOORDING

- De initiatieven is gevraagd op welke waarden zij welzijn leveren aan hun doelgroep en omgeving. Het **waardeweb** toont de onderlinge verhouding van het effect dat de initiatieven aangeven te hebben op de hoofdcategorieën.

- Grofweg is er een verdeling in het web tussen waarden op meer primaire en meer secundaire levensbehoeften (boven-onder), en tussen persoonlijk of gemeenschapswelzijn (links-rechts).

- De welzijnswaarden in de MAEXchange zijn opgedeeld in acht categorieën, die aan de hand van de door Chileense econoom **Manfred Max-Neef** ontwikkelde basisbehoeften van de mens zijn opgesteld.

Max-Neef stelt dat er een gezonde balans moet zijn tussen geven en nemen. Zijn model beschrijft universele en fundamentele menselijke behoeften als een afhankelijk samenspel van behoeften en bevredigers. Centraal staat dat mensen altijd onderdeel zijn van een systeem (hun omgeving). De MAEXchange-methode is gebaseerd op dit denken.

# H7: MEERVOUDIGE WAARDE UITGELICHT

20



9.000 personen krijgen betaald werk (zelfredzaamheid) door 139 initiatieven. Dat groene initiatieven veel meer leveren dan ontspanning en groenbeheer wordt ondersteund doordat een vijfde van deze 128 (25) als kernthema 'groen & openbare ruimte' heeft. Samen leiden zij meer dan 120 mensen naar werk. Soms door zelf arbeidsplekken aan te bieden, maar ook door mensen uit hun isolement te halen of ervaring op te laten doen, om zo de afstand tot de arbeidsmarkt te verkleinen.



76 initiatieven leveren 'zorg aan huis' (zelfredzaamheid) aan 3000 personen. Maar de meeste initiatieven dragen bij aan zelfredzaamheid via educatie (296), dagbesteding (250) en gezonde leefstijl (248).



Vrijtijdsbesteding is niet alleen ontspanning. 95 initiatieven leveren welzijn door 'wensvervulling/ leed verzachten' aan ruim 7500 personen.



161 initiatieven leveren 'gezondheid/ zorg' (levensonderhoud) aan 40.000 personen.



130 initiatieven zorgen voor 'eten' (levensonderhoud) voor 30.000 mensen. Iets minder dan de helft daarvan (59) heeft als thema 'groen & openbare ruimte'. Dit zijn voornamelijk stadslandbouw initiatieven.



21 initiatieven leveren waarde op 'onderdak' (levensonderhoud) voor ruim 350 mensen.



In totaal dragen 581 van de 700 initiatieven bij aan de ontwikkeling van hun doelgroep en gebruikers, via persoonlijke contacten, educatie, voorlichting, coaching, maar ook door online kennis aan te reiken. Hierdoor dragen deze initiatieven ook weer bij aan sociale cohesie en veiligheid in de buurt en wijk. Bij 10% daarvan gaat het specifiek om taalontwikkeling. Slechts 15 initiatieven hebben educatie als kernthema.



Stadslandbouw van Ruytenburch

Met vrijwilligers worden groenten in de stad verbouwd. Maatschappelijke effecten zijn: het zichtbaar maken van groenteteelt in de stad, nuttige dagbesteding voor bewoners, educatief, ontmoetingsplek, sociale cohesie, leefbaarheid verbeterd, armoedebestrijding. De oogst is voor vrijwilligers en de Voedselbank.



Stichting Linge's Zorglandgoed

In groene omgeving kleinschalige woonzorg realiseren voor mensen met dementie. Jong en oud, valide en minder valide worden verbonden, waarmee verdraagzaamheid en verantwoordelijkheidsgevoel naar elkaar wordt vergroot.



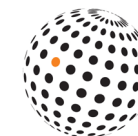
Arbeid (effect op doelgroep)



Zorg & Welzijn (effect op doelgroep)



Groen & openbare ruimte (effect op doelgroep)



## VERANTWOORDING

- Initiatieven is gevraagd aan te geven op welke **welzijnswaarden** zij waarde leveren, en hoeveel mensen ze daarmee gedurende een jaar bereiken.
- Let op: de welzijnswaarden zijn niet hetzelfde als thema's. Op deze pagina zijn slechts enkele waarden uitgelicht, dit betreft geen volledig overzicht.

## H8: PERSPECTIEF BETROKKENEN

Producenten van maatschappelijke waarde gaan voor **maatschappelijk rendement**. De uiteindelijke gebruiker of doelgroep en soms de omgeving moeten er immers beter van worden. Dat rendement, de opbrengst, wordt verschillend beleefd en is wisselend van aard. Soms is de **impact** heel groot, bijvoorbeeld bij het toeleiden naar betaald werk, soms veel kleiner door een boormachine te lenen in de buurt.

Tot nu toe wordt de prestatie meestal **beoordeeld** door de subsidiegever of donateur, meestal gericht **op output**. Bijvoorbeeld; bewoners willen een moestuin aanleggen en zoeken financiering om een extra veldje aan te leggen. De output-meeting is dan of dat veldje is aangelegd, het zegt niets over of dat veldje goed gebruikt of gewaardeerd wordt (outcome).

Kracht in NL is gestart om via de MAEXchange juist het **oordeel van de eindgebruiker** zichtbaar te maken. Via starrating en een reactiekader kunnen mensen een reactie geven, en doordat de reviewer aangeeft of hij/zij een gebruiker, een vrijwilliger, een partner of bijvoorbeeld een betrokken professional is, vindt de **toetsing steeds meer door de betrokken crowd** plaats.

"Dit is cultureel ondernemerschap ten top! Draagt bij aan sociale cohesie, kennisoverdracht en zelfredzaamheid. Het is ondenkbaar dat dit initiatief niet gesteund wordt. Gebiedscommissie, steun dit restaurant niet alleen met geld maar eventueel ook met marketingondersteuning. Ze zijn zo goed! Ze verdienen een nog grotere afzetmarkt: voor zowel de kinderen als de gezinnen met lagere inkomens die toch ook eens met elkaar verantwoord uit eten willen!"

"Een prachtig initiatief voor en door bewoners. Veel mensen genieten van de tuin. Dit maakt het dorp levendig en geeft het een goede sfeer."

"Zeer verbindend initiatief in de wijk waar wijkbewoners met diverse achtergrond aan deel kunnen nemen. Je ziet mensen groeien en opbloeien!"

"Het mooie van dit project is dat het een combinatie van vergroening, verduurzaming, het tegen gaan van verloedering van de binnenstad en het versterken van de sociale cohesie betreft. Bewoners beginnen geleidelijk te participeren."

"Helaas is dit initiatief, nodig omdat de gemeente niets doet voor deze groep werklozen, word erg gewaardeerd in Purmerend!"

"Prima initiatief. Jammer dat omwonenden onvoldoende zijn betrokken bij het project. dmv een enquête bijvoorbeeld. Zo staat er nu een fietscrossbaan het grootste gedeelte van het jaar leeg, er wonen ook haast geen "fietscrossers" in de buurt."



### Mont Ventoux On Wheels

Een divers team gaat de uitdaging aan samen de Mont Ventoux te beklimmen en daarmee geld in te zamelen voor Stichting Ambulance Wens.



### Perron 8

Perron 8 brengt cliënten, burgers en publieke instellingen bij elkaar en ondersteunt met operaties op het gebied van vrijetijdsbesteding.



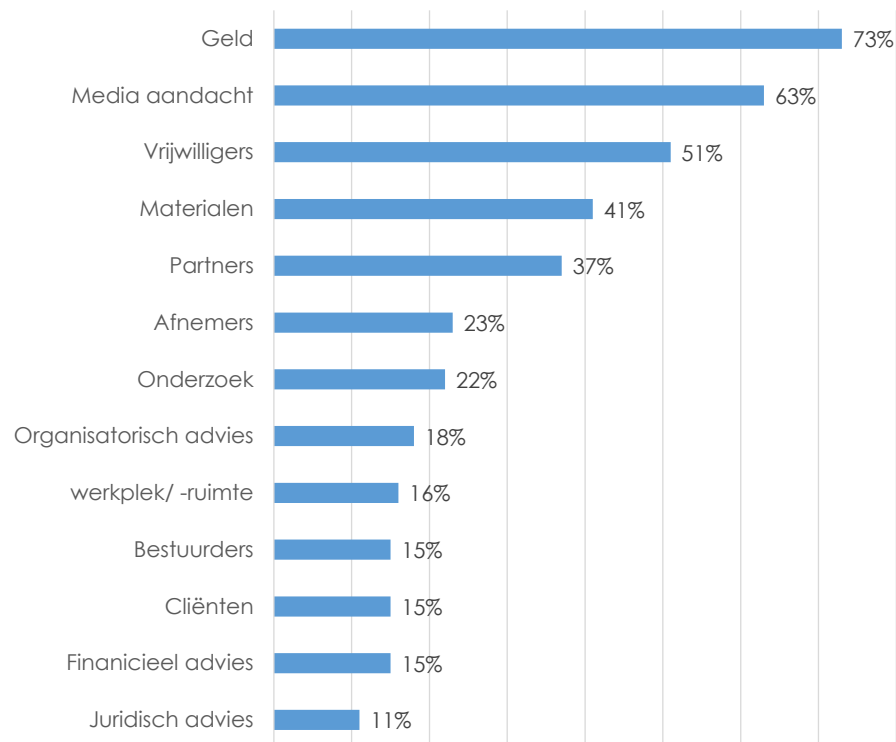
### De Buitenboel

De Buitenboel stimuleert vrouwen om te empoweren en betrokken te zijn bij de buitenruimte. Dit is zowel fysiek naar buiten gaan, als verder kijken dan je eigen leven en belevingswereld.

# H9: NL INVESTERINGSMAATSCHAPPIJ

## BEHOEFTE VAN INITIATIEVEN

(aandeel van totaal 700 initiatieven)



Maison Patrick

Maison Patrick ondersteunt mantelzorgers tegen overbelasting door de zorgvrager bij hen te laten logeren.



Superr en DOP

Buurtsuper en Dorpsontmoetingsplek opgericht door de dorpsraad voor de dorpen 't Veld en Zijdevind.



Stichting Babyspullen

Omdat 1 op de 9 kinderen in Nederland in armoede opgroeit, verzamelt Stichting Babyspullen gebruikte en nieuwe babyspullen en maakt daar babystartpakketten van. Deze pakketten worden gratis verstrekt via diverse instanties aan (aanstaande) ouders die het financieel moeilijk hebben.

• De grootste behoefte is geld. De behoefte hieraan neemt af naarmate het initiatief zich ontwikkelt, van 81% in de planfase, naar 78% in de startfase, 74% in de doorgroeifase, en 56% als het initiatief steady is.

• In het algemeen zijn de behoeftes het hoogst in de startfase, en nemen af naarmate het initiatief verder faseert, behalve als het gaat om advies (organisatorisch, financieel, juridisch). De laatste zijn het hoogst in de planfase.

• Het grootste aantal initiatieven bevindt zich in de doorgroeifase.

22





Uit het overzicht van de behoeften van producenten van maatschappelijke waarde wordt duidelijk dat de **top 4 aan behoeften geld, media aandacht, vrijwilligers en materialen** is. Dit zien we in verschillende regio's of op verschillende thema's terugkomen. De afhankelijkheid van subsidies en donaties neemt iets af naarmate het initiatief volwassener wordt. De behoefte aan geld blijft wel bestaan, ook wanneer het initiatief in een andere fase komt. Naast geefgeld is er steeds meer behoefte aan andere **financiële producten, zoals leningen, crowdfundingen, aandelen** etc. Dit is relatief nieuw voor de sector en vooral bij die initiatieven die producten en diensten op de markt brengen en/of willen opschalen.

We zien dat veel initiatieven ook grote behoefte hebben aan **media-aandacht**. Soms is dat om te werken aan de bekendheid van een initiatief, om de markt uit te breiden, maar vaak is er ook sprake van behoefte aan **erkenning**. Initiatiefnemers zijn passieve mensen die handelen vanuit een overtuiging, omdat ze een probleem zien dat ze op willen lossen, of het als hun taak zien dit op te lossen. Zij lopen regelmatig vast in 'oude' structuren, in bureaucratie. Daarbij wordt de waarde die zij leveren nog te weinig gezien. Aandacht vanuit de media of een **bezoek van partners/politiek** zorgt dan voor de erkenning en waardering van de inzet en waarde die zij leveren.

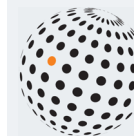
De grootste arbeidsinzet wordt in deze sector door **vrijwilligers** geleverd. Mensen die naast een betaalde baan enkele uren inzet leveren omdat ze het belang van de inzet zien en graag iets voor een ander doen. Of juist mensen zonder baan of met een uitkering die er een **dagbesteding** vinden. Vrijwillige inzet wordt ook vaak geleverd door mensen met **afstand tot de arbeidsmarkt** (gehandicapten, allochtonen zonder opleiding etc.) die bij het initiatief juist opgeleid worden, werkervaring opdoen, of beter integreren in de Nederlandse samenleving. Met name deze laatste groep, maar ook het feit dat vrijwilligers maar een beperkt aantal uren werken, kost ook tijd en aandacht. Planning en ondersteuning en begeleiding van vrijwilligers moet dus ook ingepast worden in het verdienmodel. De helft van de 700 initiatieven geeft aan behoefte te hebben aan meer vrijwilligers.

Ook om **materialen en werkruimte** wordt vaak expliciet gevraagd. Van kantoorinrichting tot kruiwagens. Initiatieven zijn

gewend **slim te combineren** wat er is, en maken graag dankbaar gebruik van overcapaciteit van anderen. Veel bedrijven en overheden hebben wel materialen die in een "tweede leven" ingezet kunnen worden, passend bij een circulaire economie. Toch is het moeilijk aanbieders van materialen te mobiliseren, zo blijkt in de samenwerking tussen FLOOW2 en Kracht in NL, die de deelmarktplaats voor initiatieven lanceerden.

## Aanbevelingen

- Investeer met andere financiële producten en blijf met geefgeld een deel van begroting funden.
- (Lokale) media: besteed aandacht aan initiatieven. Maak hun waarde zichtbaar, laat zien dat ze er zijn, en laat zien hoe iedereen hieraan kan bijdragen.
- Vrijwilligers centrales; zoek aansluiting bij deze sector van initiatieven. Bedrijven en overheden stimuleer werknemers zich in te zetten voor de sector, zeker als ze tijdelijk minder bezet zijn of tussen banen in zitten,
- Breng je overcapaciteit aan materialen, werkplekken, kennis en menskracht in de sector van initiatieven.

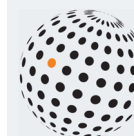


## CONTEXT

• In het SER-advies "Sociale Ondernemingen: een verkennend advies" worden knelpunten van sociale ondernemingen genoemd. Hoewel sociale ondernemingen niet één op één naast maatschappelijke initiatieven kunnen worden gelegd, zijn er grote parallellen. Zo weten sociale ondernemingen en potentiële investeerders elkaar nog altijd niet te vinden en spreken ze niet dezelfde taal. Huidige rechtsvormen zijn vaak niet toereikend voor de aard van de onderneming. En er wordt vanuit de overheid te weinig ruimte geboden om te experimenteren. Sociale ondernemers hebben vaak te maken met verschillende (gemeente) loketten die niet goed op elkaar aansluiten.

(Bron: 'Sociale Ondernemingen: een verkennend advies' - [www.ser.nl](http://www.ser.nl))

• Many Social Enterprises struggle to grow past the professionalizing Phase. They face four main challenges: 1) Untraditional and complex business models, 2) management development issues, 3) limited access to (venture) capital, and 4) legislation issues. (Bron: 'Opportunities for the Dutch Social Enterprise Sector' - Mc Kinsey en Company November 2011)



## VERANTWOORDING

- De verschillende fasen zijn als volgt gedefinieerd:

**Planfase:** het initiatief is nog niet van start gegaan. Men is nog aan het plannen en/of voorbereiden om te starten.

**Startfase:** het initiatief is van start gegaan, is tussen 0-2 jaar actief en is nog aan het opbouwen.

**Doorgroefase:** het initiatief bestaat al enige tijd, er is al het nodige gerealiseerd, maar er is nog een groeiambitie.

**Steady fase:** het initiatief is volwassen en uitontwikkeld, heeft geen verdere groeiambitie, maar wil wel duurzaam blijven voortbestaan.

# H10: VAN GELDGEVER NAAR GELIJKWAARDIG PARTNER

Ars Donandi

Stichting Zonnige Jeugd

Fonds 1818 VSB fonds

Stichting Doen Groen Dichterbij bewoners

Oranjefonds

Particulieren

24 fonds/stichting

gemeente

provincie

bank

woningcoöperatie/  
-vereniging

Rabobank



## WATT NU

Publiek private samenwerking.  
Particulieren investeren als lid van de coöperatie in zonnepanelen op het dak van het gemeentehuis in Bussum. De gemeente neemt de panelen over 5 jaar over en de leden krijgen hun investering met rente terug.



## BMV Mariënvelde

Burgerinitiatief dat focust op problemen rond slechte accommodaties, vergrijzing, leefbaarheid, zorgverandering en krimp. Deze zorgcoöperatie is ontstaan in samenwerking met professionele zorgpartijen, de gemeente en een zorgverzekeraar.



## Buurtbemiddeling Enschede Oost

Ondersteunt buurtgenoten die een conflict hebben, om met elkaar in gesprek te gaan en tot een oplossing te komen. Daarvoor worden getrainde vrijwilligers ingezet. Buurtbemiddeling is er voor en door de burgers van Enschede. Ervaring leert dat deze methodiek werkt en bijdraagt aan langdurige en duurzame oplossingen.





## VISIE

Producten van maatschappelijke waarde worden door een **bonte mix aan partijen** gesteund. **Fondsen en gemeenten zijn de grootste geldgevers**. Maar het gaat in de samenwerking met partners om meer dan financiële steun. Het vinden van betrokken partners is een uitdaging. Initiatiefnemers zoeken vaak partners die vanuit **gelijkwaardigheid** willen participeren. Dit kan wanneer duidelijk is dat lokale communities en sociale ondernemingen bijdragen aan doelstellingen van overheid en bedrijf. Zo kunnen zorgcoöperaties helpen bij de invulling van informele zorg in een gemeente. Buurtinitiatieven kunnen woningbouwcoöperaties of vastgoedontwikkelaars bijvoorbeeld helpen om een toekomstbestendige invulling te geven aan hun vastgoed door hun kennis van de doelgroep en hun netwerk in te zetten.

Voor bedrijven en overheden die duurzame concepten en duurzame producten willen realiseren, zijn communities kansrijke partners omdat duurzaam doen en handelen juist is wat hen intrinsiek motiveert.

Er ontstaat een nieuw marketingveld: **Business to Community** en **Community to Business**. Organisaties die echt gaan samenwerken met initiatieven maken de slag (van MVO) naar hun core business en innovatie strategie. Zo wordt de gelijkwaardige en wederzijdse meerwaarde ook duidelijker. Ook de overheid kan op die manier samenwerken met communities.

## Aanbevelingen

- Experimenteer in nieuwe vormen van samenwerking, gebaseerd op gelijkwaardigheid en wederkerigheid.
- Bedrijven en overheden kunnen aansluiten bij het Business to Community Lab dat De Groene Zaak, het Groene Brein en Kracht in NL dit najaar starten met de vraag: hoe kan het decentrale verdienmodel meer schaal krijgen? Het Lab focust op de ontwikkeling van kennis, sturingsaanpakken en verdienmodellen voor het stimuleren van woongebieden als decentrale productieomgeving voor zorg, energie, voedsel, water en groen.
- Bedrijfsleven en overheid, benut deze sector voor innovatie.
- Bedrijfsleven, benut de communities als nieuwe afzetmarkt.
- Participatie, niet alleen vanuit ideologie of bezuinigingen agenderen maar ook vanuit praktisch nut en streven naar vooruitgang.



## CONTEXT

- De Raad voor openbaar bestuur pleit voor een overheid die meer verbindt. "Maatschappelijke vraagstukken houden zich al lang niet meer aan de sectorale en bureaucratische categorieën waarlangs de Staat zijn handelend vermogen heeft geordend. [...] Het primaat van de politiek is vervangen door het primaat van het vraagstuk. Voor belangrijke of taaiere vraagstukken in deze netwerksamenleving geldt onveranderlijk dat ze betrokkenheid van partijen buiten de overheid vereisen. Overheidsactoren zijn in veel gevallen enkelen te midden van vele partners in initiatieven die niet door de politiek zijn geïnitieerd en waar het momentum door anderen (bedrijven, maatschappelijke organisaties, kennisinstellingen en burgers) op gang wordt gebracht en gehouden."

Een verbindende overheid kan volgens de Rob effectiever inspelen op de veranderende samenleving. (Bron: 'Sturen én verbinden' - Rob, 2015)



## VERANTWOORDING

- De woordenwolk schetst de verhouding waarmee partijen door de 700 initiatieven worden genoemd als **'mede mogelijk maker'**. Naast deze partijen zijn er nog veel (vaak lokale) partijen die niet in de wolk genoemd worden, omdat ze vaak maar een enkel initiatief steunen.

- De woordenwolk zegt alleen iets over **hoe vaak** een partij genoemd wordt, niet over het type ondersteuning of de grootte ervan.

# DANKWOORD

---

Deze eerste Maatschappelijke Stand van het Land is tot stand gekomen door de informatie van alle 700 aan de MAEXchange genoteerde initiatieven. Doordat zij zich hebben aangemeld is het voor ons mogelijk ze te vertegenwoordigen in deze Maatschappelijke Stand van het Land.

Dank voor het vertrouwen en we hopen nog vaak updates van jullie te zien, reviews van jullie doelgroepen en uiteraard hopen we dat vele andere initiatiefnemers jullie moed volgen. Maak de komende tijd vooral gebruik van je profiel in de communicatie met je potentiële partners.

Daarnaast danken wij de personen die ons rapport met hun quote hebben verrijkt. Zij allen zetten zich op hun eigen manier en met hun eigen expertise in voor een vitale samenleving en een nieuwe economie.

Tenslotte danken wij alle partners van Kracht in NL voor hun medewerking aan deze eerste Maatschappelijke Stand van het Land! In het bijzonder danken wij het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, dat deze analyse financieel mogelijk heeft gemaakt.

## Team Kracht in NL

Gerda Deekens, Silvia de Ronde Bresser, Sébastien Duchène, Annemiek Zonneveld en Ineke den Heijer

oktober 2015

## Kracht in NL

[www.krachtfinnl.nl](http://www.krachtfinnl.nl)

[www.maexchange.nl](http://www.maexchange.nl)

[info@krachtfinnl.nl](mailto:info@krachtfinnl.nl)

