

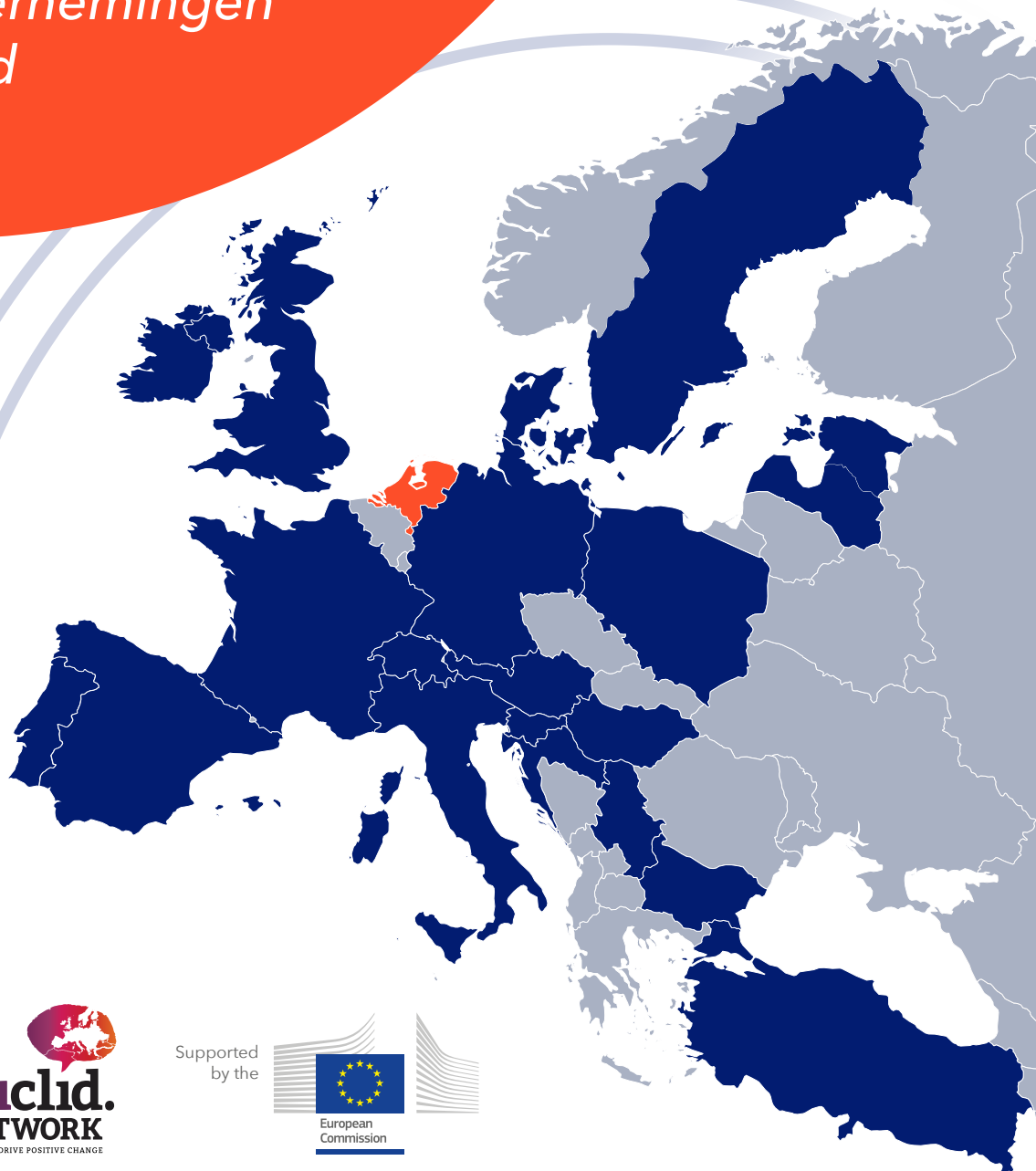
De Social Enterprise Monitor




European
social enterprise
monitor

2021
2022

Het onderzoek naar de ontwikkelingen van sociale ondernemingen in Nederland



social
enterprise^{nl}


euclid.
NETWORK
POWER TO DRIVE POSITIVE CHANGE

Supported
by the



Inhoudsopgave

Inleiding.....	3
Kenmerken van sociale ondernemingen.....	4
Belangrijkste obstakels: (h)erkenning en vinden van passende financiering.....	5
Groei en innovatie.....	6
Business to Business.....	6
Productinnovatie en opschaling.....	7
Inclusiviteit en influencers.....	8
Female founders.....	8
Systeemveranderaars.....	8
De overheid: noodzakelijke partner.....	10
Overheid als financier.....	10
De gemeente: meer inkoop, ontkokering en kennis.....	11
Onderzoeksverantwoording.....	12
Social Enterprise NL.....	12

Sociale ondernemingen zijn de vormgevers van de impact economie. Een economie die werkt voor alle mensen: circulair, inclusief en armoedevrij. Social Enterprise NL verbindt en versterkt deze ondernemers en werkt aan een gunstiger ecosysteem. Een systeem waarin voldoende kapitaal beschikbaar is, waar steeds meer klanten maatschappelijke waarde waarderen, en waar overheden deze ondernemers zien als bondgenoot en daarnaar handelen.

Voor u ligt de Social Enterprise Monitor 2021-2022, het grootste, jaarlijkse onderzoek naar sociale ondernemingen in Nederland. Dit onderzoek geeft inzicht in de ontwikkelingen binnen de sector in ons land en fungeert als basis voor verdere ontwikkeling van het ecosysteem. Het is de eerste monitor die ook onderdeel is van de European Social Enterprise Monitor (ESEM).

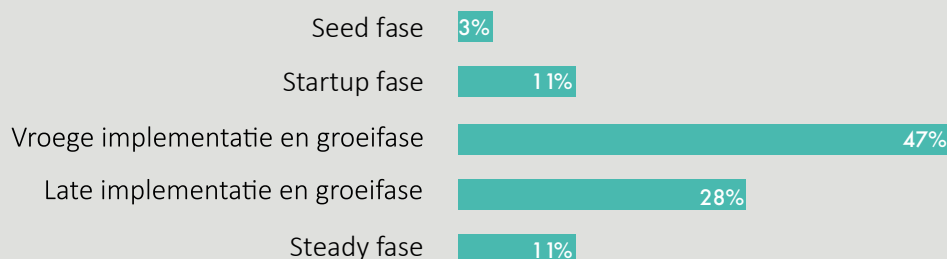
De Social Enterprise Monitor laat zien dat er een brede diversiteit is in de sector en geeft tegelijkertijd de verschillende trends aan. Zo zijn de sociale ondernemingen vooral relatieve jonge mkb-bedrijven. Hun uitdagingen liggen op het gebied van (h)erkenning, het verkrijgen en/of behouden van klanten en toegang tot passende financiering.

Daarnaast toont de monitor dat de ondernemingen in de afgelopen jaren een grote groei hebben doorgeemaakt. Een belangrijk deel van hun omzet halen ze uit handel met andere bedrijven. Ook zetten ze vol in op innovatie en opschaling en zijn het inclusieve organisaties, met een opvallend hoog aandeel vrouwen in de top. Bovendien werken ze aan systeemverandering, door andere bedrijven en de overheid op verschillende manieren aan te zetten tot duurzamer en socialer gedrag. Ten slotte zien we dat de overheid, onder andere als financier en klant, een noodzakelijke partner is.

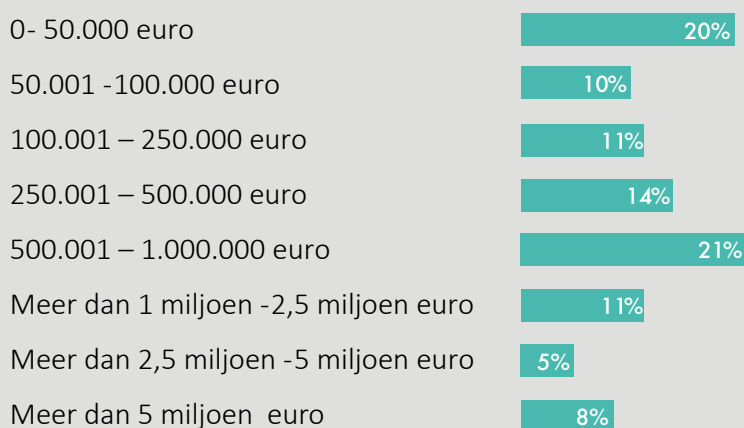
Kenmerken van sociale ondernemingen

De diversiteit van de social enterprise sector wordt weerspiegeld in deze monitor. Zo zijn er ondernemingen die recent zijn opgericht (in 2021), maar ook bedrijven die al decennia bestaan (oudste onderneming stamt uit 1968). Dat geldt ook voor de fases waar de ondernemingen in zitten: 11% zit zowel in de 'startup fase' als in de 'steady fase'. Ook op de impactgebieden (zie figuur 4 over de SDG's) komt deze diversiteit terug.

Figuur 1: Fases van sociale ondernemingen

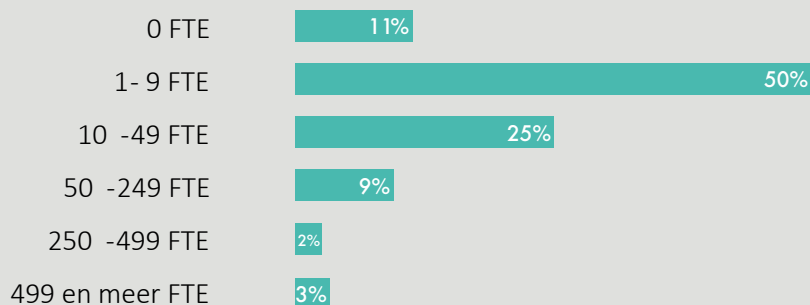


Figuur 2: Omzet in de afgelopen 12 maanden



Tegelijkertijd, zien we trends die we in eerdere edities van de Social Enterprise Monitor ook zagen. De bedrijven zijn relatief jong en bevinden zich voornamelijk in de vroege of late implementatie- en groeifase. Ook zijn de ondernemingen, op basis van hun omzet en aantal fte's, hoofdzakelijk mkb². De belangrijkste rechtsvorm is de BV (51%), soms in combinatie met de stichting (18%).

Figuur 3: Aantal FTE



1. Seed fase: ontwikkeling een idee, eerste opzet van een prototype, eerste financiering (zoals van vrienden, familie, crowdfunding) / Startup fase: ontwikkeling prototype, bedrijf de markt op, eerste acquisitie, nieuwe middelen door leningen/investeringen) / Vroege implementatie en groei fase: krijgen van nieuwe kanalen en markten, werven personeel, verhoging sales, standaardisering / Late implementatie en groei fase: goede stakeholders relaties, uitbreiding van producten en diensten, verschillende kapitaalopties beschikbaar, mogelijk exit van founder / Steady fase: groei van de onderneming vertraagt, vele facetten van de onderneming zijn stabiel.

2. Volgens de mkb-toets van de RVO <https://www.rvo.nl/subsidie-en-financieringswijzer/subsidiespelregels/ministeries/ministerie-van-economische-zaken-en-klimaat/aanvraag-indienen/mkb-toets>

Figuur 4: De SDG's waar sociale ondernemingen aan bijdragen



Belangrijkste obstakels: (h)erkenning en vinden van passende financiering

Sociaal ondernemen is niet zonder uitdagingen. Zo liepen ondernemingen in de vorige editie aan tegen het obstakel dat ze niet werden erkend en herkend als sociale onderneming. Ook anno 2021/2022 (h)erkennen zowel consumenten als investeerders deze vorm van ondernemen nog te weinig. Daarom is het wetsvoorstel van het huidige kabinet voor de invoering van de maatschappelijke BV erg belangrijk³. Het gebrek aan (h)erkenning bij investeerders heeft te maken met de moeite die de respondenten hebben in het vinden van passende financiering. Dan gaat het om verkrijgen van lange termijn kapitaal (patient capital) en het gebrek aan mogelijkheden om financiering te vinden na de startfase. Dit gebrek aan opties kan te maken hebben met de 'blended finance' van deze ondernemingen: 64% combineert 3 of meer financieringsvormen. Toch lijken zij wel redelijk succesvol in het aanvragen van financiering. Slechts 4% faalt bij het aanvragen van een financieringsvorm. Ten slotte blijft ook dit jaar het aantrekken en/of behouden van klanten een belangrijk obstakel.

De belangrijkste obstakels voor sociale ondernemingen:

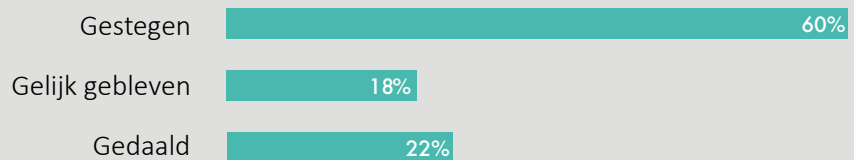
1. Slechte (h)erkenning bij burgers en consumenten
2. Slechte (h)erkenning bij banken / investeerders / support organisaties
3. Gebrek aan opties om de onderneming te financieren als je bent gestart
4. Gebrek aan toegang tot lange-termijn kapitaal
5. Verkrijgen van klanten

3. <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2022/02/07/kamerbrief-over-hoofdpijnen-beleid-minister-van-economische-zaken-en-klimaat>

Groei en innovatie

Sociale ondernemingen hebben de afgelopen jaren een groei doorgemaakt. In de grafieken is te zien dat, zelfs midden in de coronapandemie, 60% meer omzet had. Ten opzichte van 2018, geeft 68% aan te zijn gestegen in omzet (en 59% in personeel). Het vooruitzicht is dat de groei zich ook zal doorzetten in het komende jaar: 75% denkt te gaan groeien in personeel, 86% in omzet.

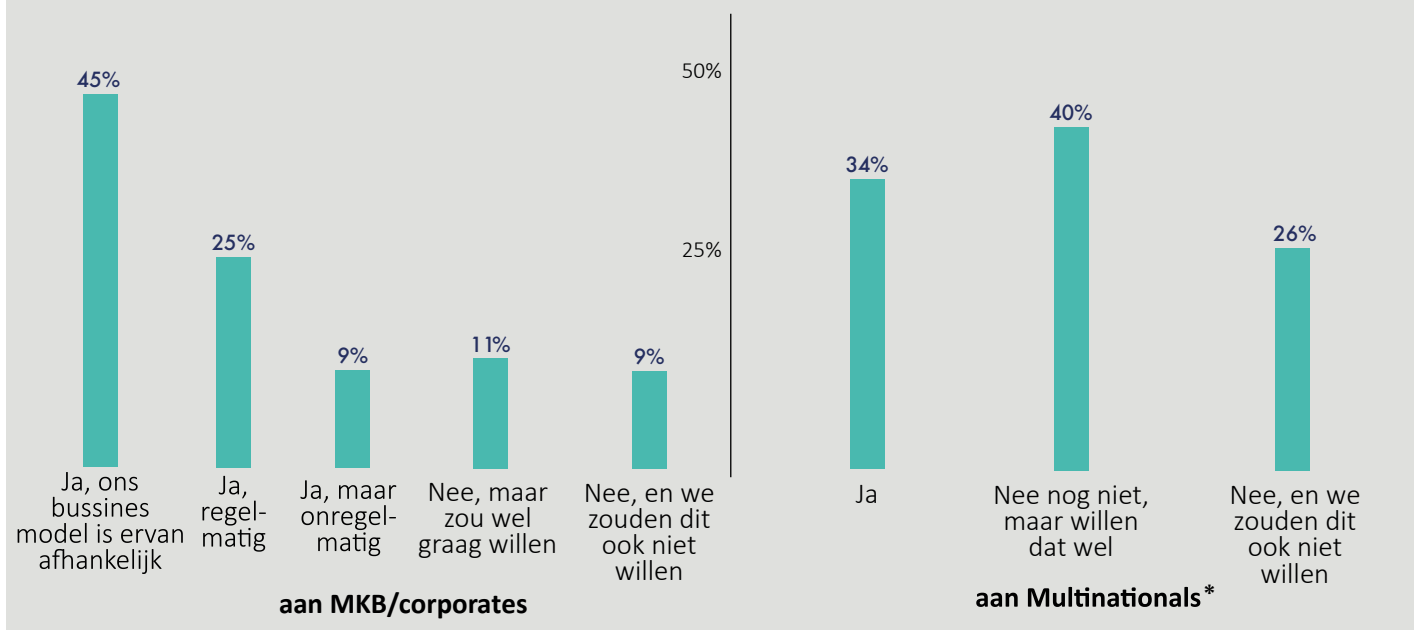
Figuur 5: Vergeleken met de vorige 12 maanden, is de omzet gestegen, gelijk gebleven of gedaald?



Business to Business

Hun omzet halen de ondernemingen voor een belangrijk deel uit verkoop aan het reguliere bedrijfsleven. Een specifieke groep klanten zijn multinationals. 34% van de ondernemingen die B2B verkoopt, geeft aan multinationals als klant te hebben. 4 op 10 ondernemingen verkoopt nog niet aan multinationals, maar zou dit wel graag willen. Ook de wens om nog meer af te zetten bij het gewone bedrijfsleven is groot, 43% wil dat graag in de toekomst. Daar lijkt ook ruimte voor te zijn. Bijna de helft van de ondernemers ziet dat b2b-klanten de afgelopen 3 jaar steeds meer geïnteresseerd zijn geraakt in ondernemen met impact. Een grote kans voor [Buy Social](#).

Figuur 6: Verkoop je producten/diensten aan MKB/corporates en/of multinationals?

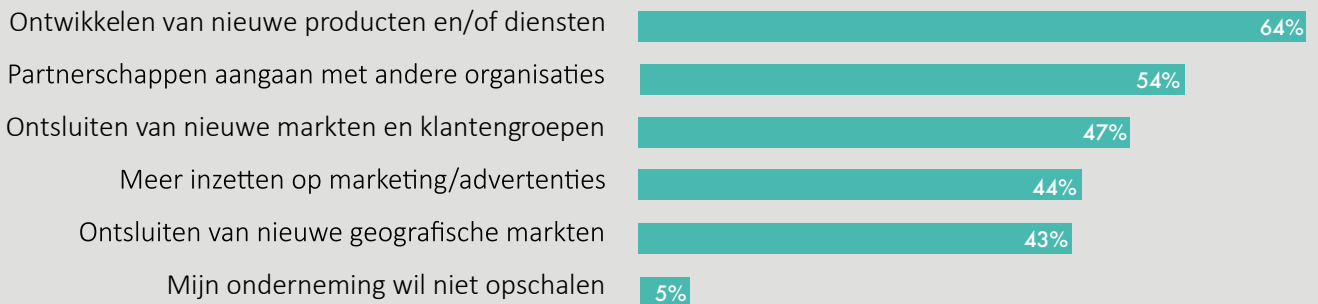


* Deze vraag betreft de mensen die al B2B verkopen.

Productinnovatie en opschaling

Sociale ondernemingen zijn innovatieve bedrijven, 95% heeft bij de oprichting gekozen voor een vernieuwende benadering. De belangrijkste vernieuwing is productinnovatie (67%). Denk aan ondernemingen als Roetz, I-Did en Fairphone. Ook ontwikkelen sociale ondernemingen nieuwe impact- (57%) en businessmodellen (39%), zoals door Mywheels. Ook zijn sociaal ondernemers continu op zoek naar kansen om hun bedrijf op te schalen (95%), voornamelijk in de ontwikkelingen van nieuwe producten en/of diensten (64%), via partnerschappen en samenwerkingen (54%) of het ontsluiten van nieuwe consumentenmarkten en klantengroepen (47%).

Figuur 7: Manier(en) om het bedrijf op te schalen



Inclusiviteit en influencers

Het percentage vrouwelijke managers is met 51% bij sociale ondernemingen opvallend hoog. De laatste editie van het 'Women in Business'-rapport stelt dat in het Nederlandse mkb het gemiddelde aandeel 30% is⁴. Ook in de besturen van de sociale ondernemingen is een hoog aandeel van vrouwen te zien (40%).

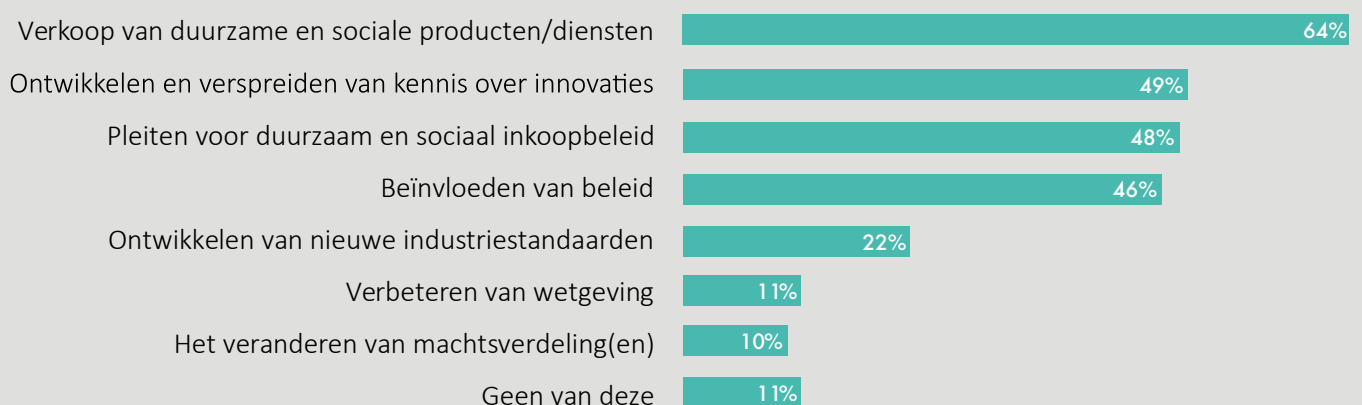
Female founders

Behalve naar management en bestuur, keek deze monitor ook naar het aantal female founders. 47% van de sociale ondernemingen heeft een vrouwelijke oprichter. Hoewel het aandeel vrouwelijke ondernemers in Nederland⁵ al jaren stijgt, is het een stuk hoger dan het huidige gemiddelde van 36% in Nederland⁶. In het She Leads Dashboard staat dat in Europa vrouwen het grootste onbenutte potentieel zijn op ondernemersgebied⁷, iets dat onderstreept wordt door het Europese WeRin project⁸.

Systeemveranderaars

Het doel van sociale ondernemingen is het oplossen van een maatschappelijk probleem. Dat doen ze door een duurzaam en sociaal product en/of dienst te verkopen en andere bedrijven - en belangrijke spelers in het ecosysteem - te ondersteunen en te beïnvloeden. Zo geeft bijna de helft van de ondernemers (49%) aan dat ze hun kennis over innovaties verspreiden. 1 op de 5 ondernemingen is zelfs bezig met het neerzetten van nieuwe standaarden en normen in de sector waar ze actief in is. Ook pleit bijna de helft van de ondernemers voor duurzame en sociale inkoop. Dit is terug te zien in hun (belangrijke) relaties met grote bedrijven en multinationals en het belang van de overheid voor deze sociale ondernemingen.

Figuur 8: Activiteiten in de afgelopen 12 maanden



4. <https://www.grantthornton.nl/insights/onderzoek/women-in-business-report-putting-the-blueprint-into-action/>

5. <https://www.kvk.nl/over-kvk/media-en-pers/nieuws-en-persberichten/kvk-jaaroverzicht-bedrijvendynamiek-2021-flinke-groei-starters-en-veel-minder-faillissementen/>

6. <https://www.mkb servicedesk.nl/1/mkb-in-beeld.htm>

7. <https://ece.nl/app/uploads/SHE-LEADS-Dashboard-2022.pdf>

8. <https://werinproject.eu/>

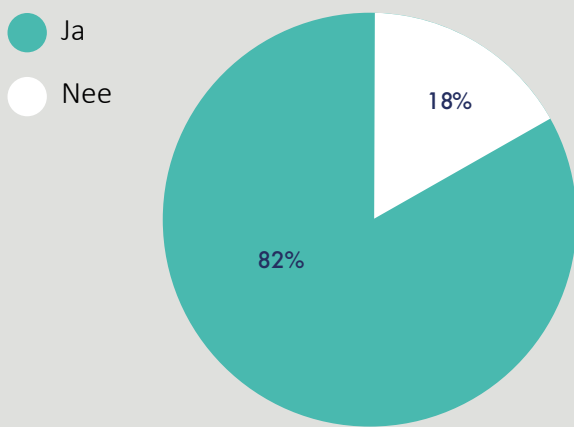
Om impact te maken is de overheid dus ontzettend belangrijk voor sociale ondernemingen (zie ook volgend hoofdstuk). Daarom zet 46% zich ook in om politiek en beleid te beïnvloeden. Sociale ondernemingen zijn vormgevers van de eerlijke economie. Dat sluit ook goed aan bij de bevindingen van het rapport 'Social Enterprises as Influencers of the Broader Business Community'⁹. Yumeko, Breedweer en Dopper zijn voorbeelden van ondernemingen die anderen in het ecosysteem aanzetten tot socialer en duurzamer gedrag. De inzet voor de brede 'business community' uitte zich ook in de manier waarop sociale ondernemingen zich gedroegen tijdens de Covid-19 pandemie. Zelfs in deze zware tijden heeft 23% andere (sociale) ondernemingen ondersteund.

9. https://www.social-enterprise.nl/application/files/4116/0499/5322/Social_Enterprises_as_influencers.pdf

De overheid: noodzakelijke partner

Samenwerking met de overheid is voor een overgroot deel (82%) van de ondernemingen belangrijk voor het behalen van hun impact. Zo is de overheid een belangrijke klant. Bijna de helft van de ondernemingen (48%) verkoopt producten en/of diensten aan de publieke sector (zoals ministeries en gemeenten). Zij zijn hiermee de op een na belangrijkste inkomstenbron voor sociale ondernemingen. De respondenten geven aan dat zowel de rijksoverheid als de gemeenten hierop nog extra stappen kunnen nemen. Gelukkig is deze ruimte er ook. Jaarlijks koopt de Nederlandse overheid voor 140 miljard euro in. Hoewel het dus de goede kant op gaat, is er nog veel ruimte voor verbetering¹⁰.

Figuur 9: Is samenwerking met de overheid belangrijk voor het maken van impact met jouw onderneming?



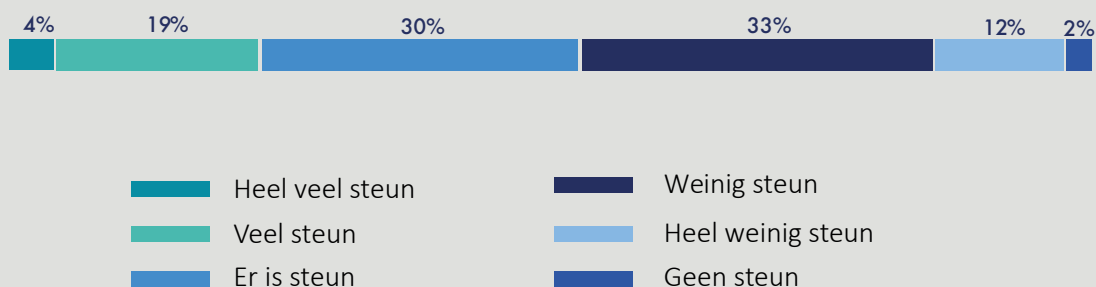
Overheid als financier

1 op de 3 ondernemingen heeft in de afgelopen 12 maanden publieke financiering gezocht. 42% heeft het volledige aangevraagde bedrag gekregen, 34% een gedeelte van het aangevraagde bedrag. Dit is anders op EU-niveau. 81% heeft nog nooit een aanvraag bij de EU voor financiering gedaan. Een deel is te wijten aan de onbekendheid met de mogelijkheid (51%), maar ook zeker als gevolg van de complexiteit

en/of tijdsinvestering van een dergelijke aanvraag (42%).

Zoals eerder beschreven ervaren sociale ondernemingen dat ze niet (altijd) herkend en erkend worden voor hun geleverde bijdrage aan de economie en maatschappij. Dit gebrek aan (h)erkenning geldt ook voor de politiek (zie figuur 10). Naast de rol van klant en financier, zou de overheid daarom een rol kunnen spelen bij het erkennen en herkennen van de bijdrage van sociale ondernemingen door ze bijvoorbeeld meer aandacht en een podium (in de media) te geven.

Figuur 10: Mate van politieke steun voor sociaal ondernemerschap



¹⁰ <https://www.binnenlandsbestuur.nl/financien/duurzame-inkoop-overheid-het-kan-veel-beter>

De gemeente: meer inkoop, ontkokering en kennis

In het algemeen is voor sociale ondernemingen de gemeente de belangrijkste overheidslaag. De respondenten geven aan dat ze naast inkoop, ook behoefte zouden hebben aan ontkokering en meer kennis en expertise over sociaal ondernemerschap bij gemeenten. Als ambtenaren begrijpen hoe deze ondernemingen bijdragen aan het behalen van de gemeentelijke doelstellingen, vergroot dit de kans op impactvolle samenwerkingen¹¹. Bij het vergroten van kennis over sociaal ondernemerschap, moeten ook de sociaal ondernemers worden betrokken; door ze bijvoorbeeld een plek te geven bij interne trainingen¹².

Behoeften sociale ondernemingen bij de rijksoverheid:

1. Koop vaker/meer in bij sociale ondernemingen
2. Vergroot de toegang tot kapitaal
3. Geef meer (media)aandacht aan sociale ondernemingen

Behoeften sociale ondernemingen bij de gemeenten:

1. Koop vaker/meer in bij sociale ondernemingen
2. Zorg voor goede inbedding van sociaal ondernemerschap in alle lagen van de gemeente
3. Verhoog de kennis en expertise van sociaal ondernemerschap in de gemeente

11. <https://www.pwc.nl/nl/actueel-publicaties/assets/pdfs/pwc-zicht-op-duurzame-samenwerking.pdf>

12. <https://www.pwc.nl/nl/actueel-publicaties/assets/pdfs/pwc-zicht-op-duurzame-samenwerking.pdf>

Onderzoeksverantwoording

De online vragenlijst is verspreid onder leden van Social Enterprise NL en via andere netwerken van sociale ondernemingen (zoals gemeenten, financiers en regionale netwerken). 154 sociale ondernemingen vulden de lijst in. De vragenlijst bestond uit 70 vragen en stond open tussen 29 september en 28 november 2021. Alle resultaten uit deze monitor zijn gebaseerd op de antwoorden die de sociaal ondernemers zelf gaven. Deze monitor is mede mogelijk gemaakt door de gemeente Utrecht, de gemeente Amsterdam en Impact City.

De Social Enterprise Monitor is het grootste, jaarlijkse onderzoek naar sociale ondernemingen in Nederland. Het geeft inzicht in de ontwikkelingen binnen de sector in ons land en fungeert als basis voor verdere ontwikkeling van het ecosysteem. Dit is de eerste Social Enterprise monitor die ook onderdeel is van de [European Social Enterprise Monitor](#) (ESEM). De Europese rapportage wordt gepubliceerd in juni 2022.

Social Enterprise NL

Sociale ondernemingen zijn de vormgevers van de impact economie. Een economie die werkt voor alle mensen: circulair, inclusief en armoedevrij. Social Enterprise NL verbindt en versterkt deze ondernemers en werkt aan een gunstiger ecosysteem. Een systeem waarin voldoende kapitaal beschikbaar is, waar steeds meer klanten maatschappelijke waarde waarderen, en waar overheden deze ondernemers zien als bondgenoot en daarnaar handelen.

Voor meer informatie over de Social Enterprise Monitor kunt u contact opnemen met Social Enterprise NL:

www.social-enterprise.nl

info@social-enterprise.nl