



# DE SOCIAL ENTERPRISE MONITOR 2018

# Inhoudsopgave

<b>Managementsamenvatting</b>	<b>4</b>
<b>Inleiding</b>	<b>6</b>
<b>I - Impact first: maatschappelijke missies van sociale ondernemingen</b>	<b>7</b>
Arbeidsparticipatie, welzijn en milieu meest genoemde missies	7
Variatie binnen hoofdmissies	8
Kenmerken respondenten	9
<b>II - Groei, financiering, klanten en team</b>	<b>10</b>
Deel verlieslatende ondernemingen neemt af	10
Leeftijd van belang	11
Breed gedragen omzet- en werkgelegenheidsgroei	12
Groot deel ondernemers vindt met succes kapitaal	13
Ervaren ondernemers aan het roer	14
B2B belangrijkste klantengroep	15
<b>III - Impact meten, managen en vergroten</b>	<b>16</b>
Meerderheid meet impact	16
Ondernemers willen gekopieerd worden	16
Relatie Sustainable Development Goals	17
<b>IV - Obstakels en marktomstandigheden</b>	<b>18</b>
Diverse ondernemers, diverse obstakels	18
Gemeente relevante stakeholder, maar nog geen partner	19
Verbeterende marktomstandigheden	21
<b>Onderzoeksverantwoording</b>	<b>22</b>

# Managementsamenvatting

De Social Enterprise Monitor 2018 biedt inzicht in de ontwikkeling van social enterprises in Nederland.<sup>1</sup>

## **Diverse maatschappelijke missies**

De meeste sociale ondernemingen (41% van de respondenten) richten zich op het verhogen van de arbeidsparticipatie van een kwetsbare doelgroep. Dit doen ze of door eigen werkplekken te creëren of te focussen op doorstroom. Ook het verhogen van welzijn en tegengaan van milieuvervuiling worden vaak genoemd. Een opkomende trend is het verduurzamen van het voedselsysteem, 86% van de bedrijven die zich hierop richten zijn in 2013 of later opgericht.

## **Groei en toename winstgevendheid**

Het aandeel winstgevende sociale ondernemingen neemt toe. 44% van de ondernemingen gaf aan over 2017 winstgevend te zijn, over 2015 was dit 36%. Naarmate ondernemingen langer bestaan zijn ze vaker winstgevend. Ook omzet (gemiddeld met 26%) en werkgelegenheid (gemiddeld met 21%) nemen toe bij sociale ondernemingen.

## **Impact wordt uitgevraagd en gemeten**

Een ruime meerderheid van de ondernemingen (63%) geeft aan impact te meten. Dit percentage ligt iets hoger dan voorgaande jaren. Bij 75% van de ondernemingen vraagt een van de stakeholders om een impact rapportage. Een kleine groep (8%) ondernemers geeft aan meetindicatoren in te stellen aan de hand van de SDG's.

## **Sociaal ondernemers willen anderen beïnvloeden**

Impact vergroten gebeurt niet alleen door meer producten of diensten te verkopen, maar ook door andere spelers zoals bedrijven en overheden te beïnvloeden. Voor sociaal ondernemers is dit onderdeel van hun strategie, maar liefst 69% van de respondenten geeft aan gekopieerd te willen worden door andere bedrijven om daarmee hun impact te vergroten en 52% probeert het functioneren van een hele markt te veranderen.

## **Meerderheid trekt met succes financiering aan**

60% van de respondenten zocht in 2017 financiering. Een grote meerderheid (84%) hiervan heeft dit met succes aangetrokken. Bijna driekwart (71%) van de ondernemers trekt verschillende vormen van financiering aan.

## **Gemeente relevante stakeholder, maar verkokering probleem**

Het grootste deel (71%) van de respondenten geeft aan dat de gemeente voor hen een relevante stakeholder is. Bijna de helft van de ondernemers (40%) ervaart dat de gemeente hen herkent en erkent, maar bijna geen ondernemers (5%) is van mening dat alle afdelingen van de gemeente goed samenwerken.

## **Marktomstandigheden verbeteren**

Een grote meerderheid van de ondernemers (77%) geeft aan dat 'herkenning en erkenning' voor sociale ondernemingen de afgelopen jaren is toegenomen en dat consumenten en bedrijven impact belangrijker vinden. Beleid van de Rijksoverheid is volgens ondernemers de afgelopen jaren niet verbeterd.

<sup>1</sup> Het onderzoek is uitgevoerd door middel van een online vragenlijst en verschillende expertsessies om de resultaten verder te duiden. Achter in deze publicatie staat een volledige onderzoeksverantwoording.

# Inleiding

Sociale ondernemingen zijn bedrijven met primair een maatschappelijke missie.

Sinds 2013 publiceert Social Enterprise NL jaarlijks *De Social Enterprise Monitor*, een onderzoek dat inzicht geeft in de ontwikkelingen binnen de social enterprise sector. Alleen in 2017 verscheen er geen Monitor, omdat kort daarvoor het onderzoek van McKinsey *Scaling the impact of the social enterprise sector* uitkwam dat een mooi overzichtsbeeld van de sector gaf.

Het onderzoek wordt uitgevoerd aan de hand van een online vragenlijst. Een deel van de vragen is ieder jaar hetzelfde, deze gaan over kenmerken van sociale ondernemingen zoals rechtsvorm en ontwikkeling zoals het aantal werknemers. De andere vragen zijn bepaald in overleg met verschillende experts. Dit jaar is er gekozen om verdiepende vragen te stellen over de rol van de gemeente, systeemverandering en de ontwikkeling van marktomstandigheden.

Dit jaar zijn er voor het eerst twee expertsessies georganiseerd om de resultaten uit de online survey te duiden, de input is verwerkt in dit rapport. Waar mogelijk worden resultaten vergeleken met eerdere edities van de Monitor. Ook worden resultaten afgezet tegen andere onderzoeken die een overzichtsbeeld geven van sociale ondernemingen in Nederland: McKinsey: *Scaling the impact of the social enterprise sector* (2016) en ABN AMRO: *De noodzaak van marktontwikkeling voor sociale ondernemingen* (2017).

De vragenlijst is dit jaar breder uitgezet dan alleen onder leden van Social Enterprise NL. Op deze manier kunnen we een beter beeld geven van de ontwikkeling van alle sociale ondernemingen in Nederland. Stichting DOEN en de gemeenten Den Haag, Rotterdam en Amsterdam hebben de vragenlijst actief uitgezet onder sociale ondernemingen in hun netwerk.

# I - Impact first: maatschappelijke missies van sociale ondernemingen

In dit deel kijken we naar de maatschappelijke missies van sociale ondernemingen. Om de resultaten goed te begrijpen, zetten we een aantal kenmerken van de respondenten op een rij: rechtsvorm, leeftijd en grootte.

## Arbeidsparticipatie, welzijn en milieu meest genoemde missies

Sociale ondernemingen hebben een maatschappelijke missie. Deze staat voorop: *impact first*. Maar wat is die missie dan? Ondernemers is gevraagd deze in eigen woorden te omschrijven. De antwoorden zijn vervolgens gecategoriseerd in vier hoofdthema's: *arbeidsparticipatie, welzijn, milieu en internationale ontwikkeling*. Per missie zijn er vervolgens verschillende subcategorieën geïdentificeerd.



Uit gesprekken met experts, vergelijking met andere onderzoeken (McKinsey en ABN AMRO) en eerdere edities van Social Enterprise Monitor valt op dat het percentage ondernemingen dat zich richt op het verhogen van de arbeidsparticipatie van een kwetsbare groep hoger ligt en het deel dat zich richt op milieu en internationale ontwikkeling lager.<sup>2</sup>

De meest logische verklaring hiervoor is het feit dat de vragenlijst extra is uitgezet via enkele G4 steden, deze hebben vaak sociale ondernemingen gericht op arbeidsparticipatie en welzijn in hun netwerk.

### Variatie binnen hoofdmissies

Zoomen we in op de hoofdmissies dan zien we dat ondernemers hier op verschillende manieren invulling aan geven:

- Binnen de ondernemingen die de arbeidsparticipatie van een kwetsbare doelgroep verhogen is een onderscheid te maken tussen het creëren van zoveel mogelijk werkplekken binnen de *eigen* organisatie (bijvoorbeeld een bedrijf dat passende werkplekken biedt aan mensen met autisme) en opleiding en doorstroom bij een andere werkgever (bijvoorbeeld een bedrijf dat een leerwerktraject biedt aan mensen zonder diploma). Beide groepen zijn ongeveer even groot.
- De meeste ondernemers die welzijn verhogen doen dit door het bevorderen van sociale cohesie / buurtontwikkeling (45%) (bijvoorbeeld een app waardoor buurtbewoners met elkaar in contact komen) en een kleiner deel (17%) op het verhogen van gezondheid (bijvoorbeeld door de levenskwaliteit van mensen met dementie te verhogen). Tevens is er een diverse groep (38%) die niet binnen een van deze subcategorieën valt zoals sport of onderwijs.
- Binnen ondernemingen die zich richten op milieu zijn er drie subcategorieën die redelijk gelijk verdeeld zijn:
  - circulair (36%) (van 'afval' nieuwe producten maken),
  - verduurzaming voedselsysteem (32%) (onder andere door vleesvervangers)
  - minder vervuiling in een productieproces (32%) (bijvoorbeeld door geen gif te gebruiken in een industrie waar dat de norm is).
- Met name bedrijven die zich richten op voedsel zijn relatief jong, 86% van de ondernemingen die werken aan het voedselsysteem is maximaal vijf jaar oud.
- Binnen ondernemingen waarvan het stimuleren van internationale ontwikkeling de belangrijkste missie is, richt het grootste deel (73%) zich op het verduurzamen van een internationale keten, bijvoorbeeld chocolade of koffie.

<sup>2</sup> De andere belangrijkste onderzoeken die hebben geprobeerd een totaalbeeld te geven zijn McKinsey: *Scaling the impact of the social enterprise sector* (2016) en ABN AMRO: *De noodzaak van marktontwikkeling voor sociale ondernemingen* (2017). Maar er bestaat geen centraal register waar alle sociale ondernemingen zich registreren, het is dus nooit mogelijk om aan te geven of een groep respondenten *representatief* is.

### Sustainable Development Goals 8, 12 en 3 het meest genoemd

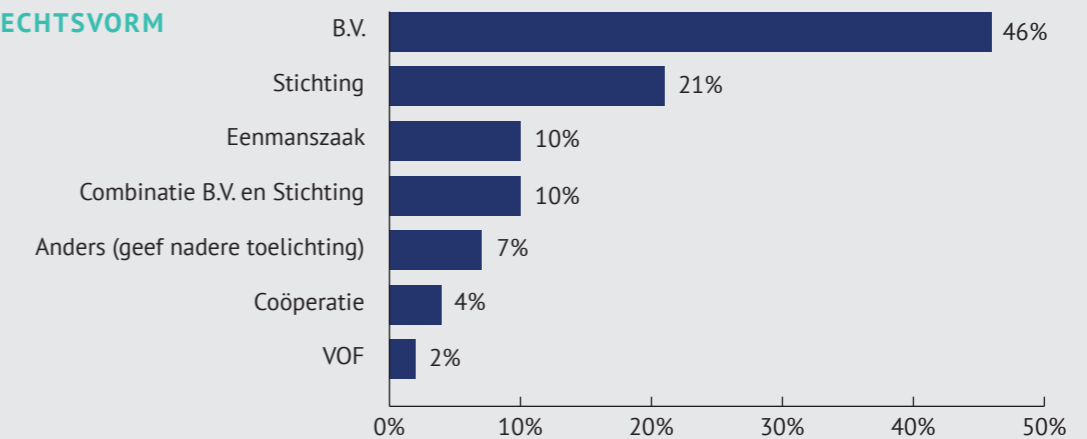
Ondernemers is ook gevraagd welke Sustainable Development Goals (SDG's) voor hun onderneming van toepassing zijn. De drie meest genoemde SDG's zijn:

- SDG 8: Bevorder aanhoudende, inclusieve, en duurzame economische groei, volledige en productieve tewerkstelling en waardig werk voor iedereen. (door 61% van de ondernemers genoemd)
- SDG 12: Verzeker duurzame consumptie-, en productiepatronen. (door 35% van de ondernemers genoemd)
- SDG 3: Verzeker een goede gezondheid en promoot welvaart voor alle leeftijden. (door 30% van de ondernemers genoemd)

### Kenmerken respondenten

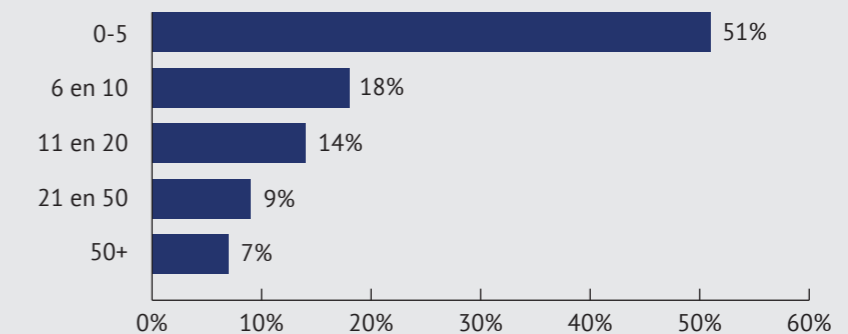
#### OVER WIE HEBBEN WE HET?

##### RECHTSVORM

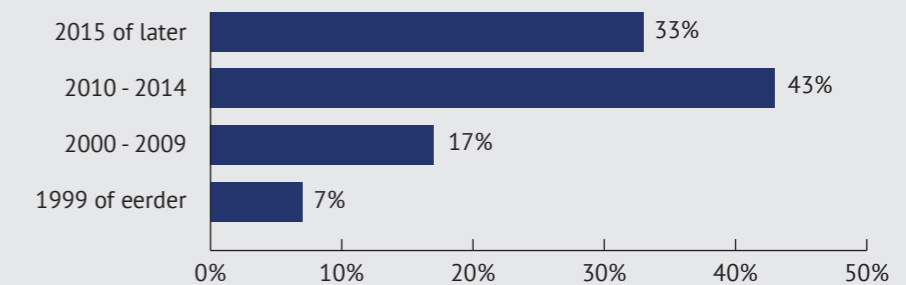


##### GROOTTE

Ingedeeld naar aantal FTE



##### JAAR VAN OPRICHTING

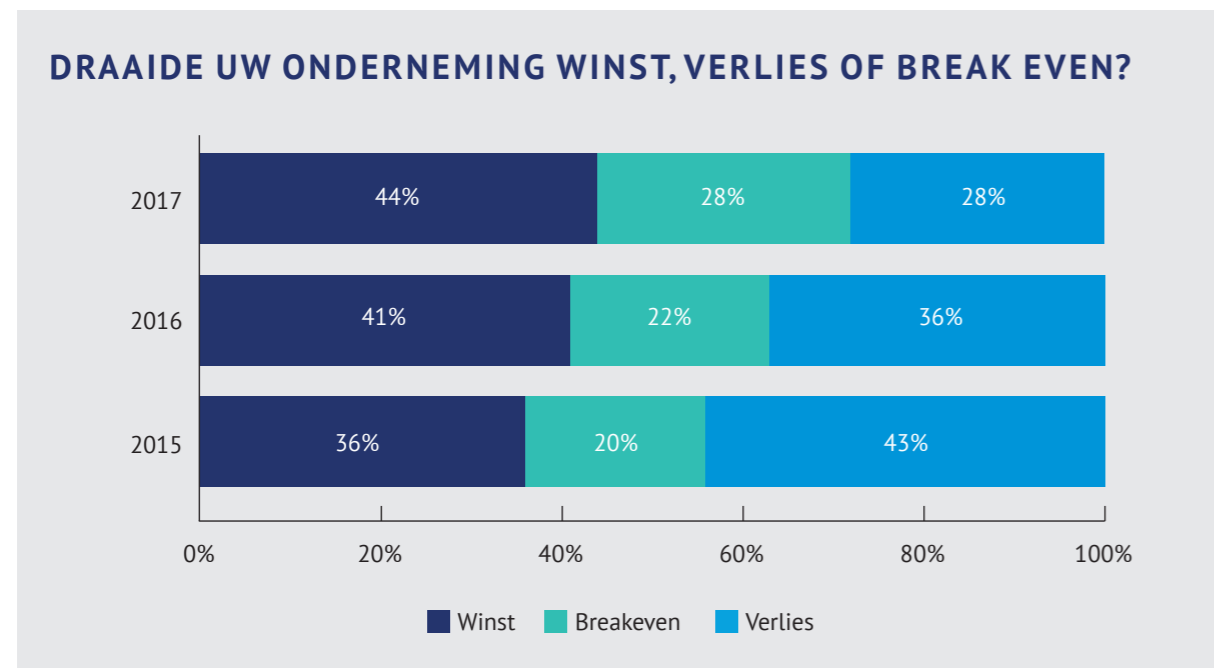


## II - Groei, financiering, klanten en team

Het succes van een sociale onderneming is niet alleen af te lezen aan indicatoren zoals winstgevendheid of omzetgroei, maar deze zijn wel een belangrijke voorwaarde voor succes. In dit deel kijken we naar de bedrijfsprestaties van sociale ondernemingen en zien we dat het aandeel ondernemingen dat geen verlies maakt sinds 2015 toeneemt, de omzet en werkgelegenheid bij sociale ondernemingen stijgt, bedrijven met succes financiering vinden en de meeste sociale ondernemingen worden opgericht door ervaren ondernemers.

### Deel verlieslatende sociale ondernemingen neemt af

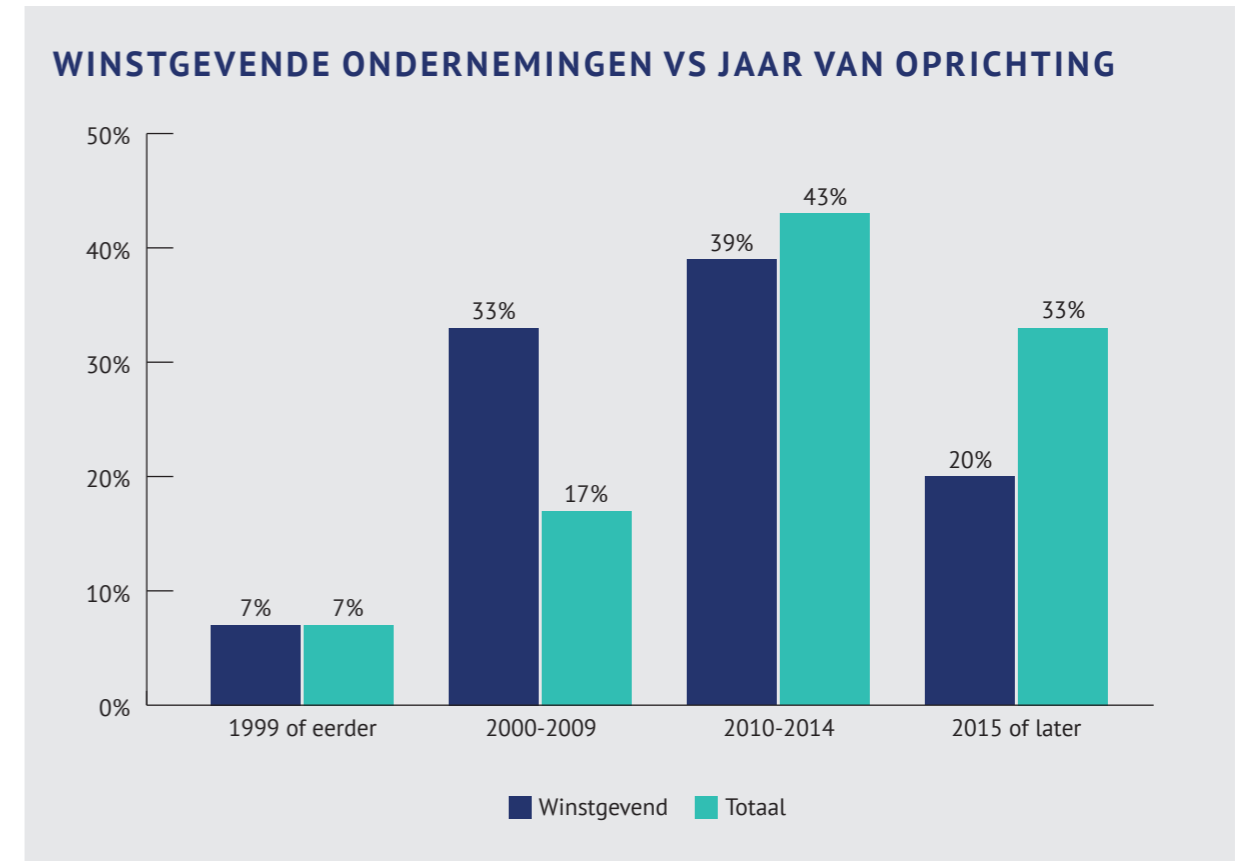
Het percentage sociale ondernemingen dat geen verlies maakt is de afgelopen jaren toegenomen. Er zijn meer bedrijven die winst maken en meer bedrijven waarvan de inkomsten ongeveer gelijk zijn aan de uitgaven. Deze cijfers laten zien dat sociale ondernemingen steeds beter in staat zijn kostendekkend te worden.<sup>3</sup>



<sup>3</sup> Aan de respondenten is gevraagd hun winstgevendheid over 2015, 2016 en 2017 in te vullen. De cijfers gelden per jaar, een bedrijf dat in 2015 nog niet bestond is niet meegenomen in de totaalpercentages voor 2015.

### Leeftijd van belang

Kijken we naar de leeftijd van ondernemingen die in 2017 winstgevend zijn dan valt op dat 33% van deze ondernemingen tussen 2000 en 2009 opgericht is, terwijl zij maar 17% van de totale onderzoeksgroep zijn.



Dit zijn logische resultaten, de meeste bedrijven zijn niet vanaf dag één winstgevend en andersom kunnen bedrijven niet eeuwig verlieslatend zijn. Hierbij moet worden opgemerkt dat ondernemingen die gestopt zijn niet in deze cijfers zijn meegenomen, zie kader.

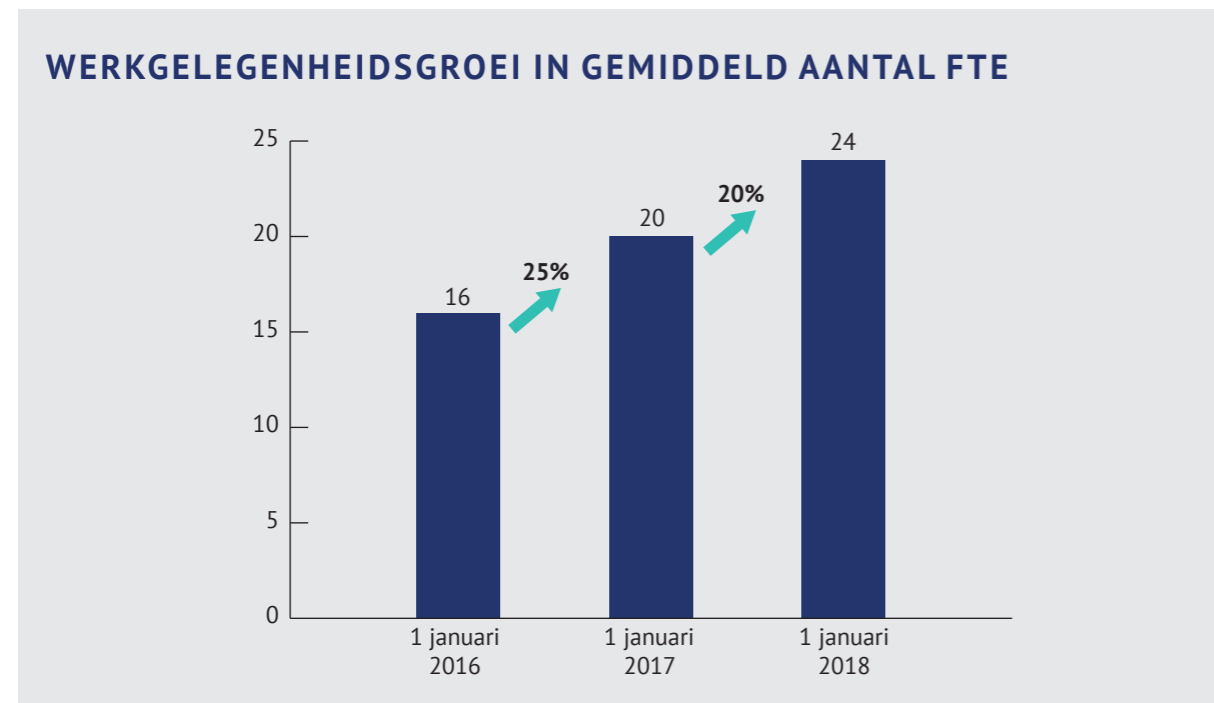
### Wie redt het niet?

De Social Enterprise Monitor is gebaseerd op een vragenlijst onder bestaande ondernemers. Bedrijven die gestopt/failiet zijn gegaan zijn dus niet in het onderzoek meegenomen. Maar ook sociale ondernemingen redden het soms niet. McKinsey stelt in *Scaling the impact of social enterprise sector* dat 20% van de ondernemingen die in 2011 actief waren, in 2016 gestopt was. Dit percentage ligt lager dan bij het totale MKB. Kijken we naar gegevens uit het lidmaatschap van Social Enterprise NL dan zien we dat in 2017 3% van de ondernemingen is gestopt.

### Breed gedragen omzet- en werkgelegenheidsgroei

Ook de omzet en werkgelegenheid is bij de onderzochte ondernemingen tussen 2015 en 2018 toegenomen. De omzet bij sociale ondernemingen nam tussen 2015 en 2016 met 30% toe en tussen 2016 en 2017 met 26%.<sup>4</sup>

Bij de werkgelegenheid zien we vergelijkbare cijfers. Tussen 2016 en 2017 nam de werkgelegenheid met 25% toe en tussen 2017 en 2018 met 20%.<sup>5</sup>



De groei wordt breed gedragen, er zijn dus niet een paar uitschieters die alle groei realiseren. Bij 65% van de ondernemingen die op 1 januari 2017 iemand in dienst hadden nam de werkgelegenheid toe. En van deze groeiers is bij 73% van de ondernemingen de groei vijf FTE of minder.

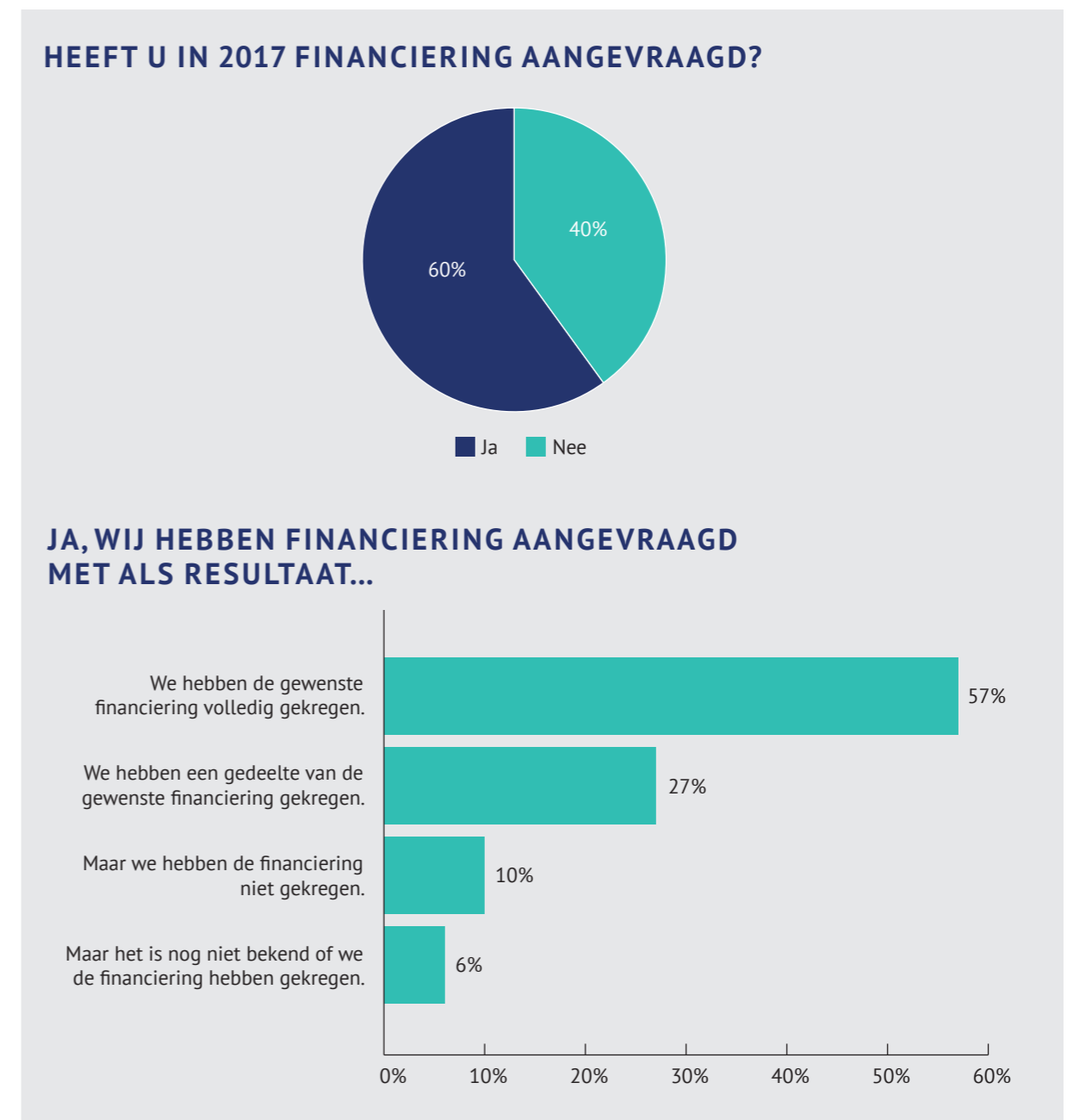
<sup>4</sup> Hier zijn ondernemingen die in 2015 nog niet bestonden, maar in 2016 wel (en dus automatisch een hoge omzetgroei laten zien) uit gefilterd. De vraag over omzet was niet verplicht, deze is door 122 van de 168 respondenten ingevuld.

<sup>5</sup> Respondenten is gevraagd het aantal FTE te noemen dat per jaar op 1 januari bij de onderneming in dienst was.

### Groot deel ondernemers vindt met succes extern kapitaal

Eerder onderzoek van McKinsey stelt dat het aanbod van kapitaal gericht op sociale ondernemingen tussen 2010 en 2015 is verdriedubbeld.<sup>6</sup> Maar lukt het sociale ondernemingen ook een vorm van extern kapitaal aan te trekken?

60% van de ondernemingen heeft in 2017 een vorm van extern kapitaal gezocht. 84% hiervan heeft de gevraagde financiering deels of geheel verkregen, 10% heeft de financiering niet gekregen en voor 6% was het nog niet duidelijk. Dat een meerderheid kapitaal zoekt past bij de groeicijfers, om de groei te financieren is vaak additioneel kapitaal nodig.



<sup>6</sup> McKinsey (2016)

Werkkapitaal wordt het meest aangevraagd (46%), vervolgens groeikapitaal (33%) en tot slot startkapitaal (22%). Verder valt op dat er veel stapelfinanciering wordt toegepast, maar liefst 71% van de ondernemingen heeft meerdere vormen van kapitaal aangetrokken.

Van de ondernemingen die in 2017 geen financiering hebben aangevraagd, geeft 32% aan dit in 2018 wel van plan te zijn. Ondernemingen die geen financiering hebben aangevraagd (en dit niet van plan zijn in 2018) zijn relatief vaker winstgevend (69% ten opzichte van 44% totaal). Dit kan verklaard worden door het feit dat ze eventuele benodigde investeringen kunnen financieren uit eigen inkomsten.

#### Ervaren ondernemers aan het roer

Wat voor achtergrond hebben de oprichters van een sociale onderneming? Hoe ziet het management eruit? Heeft dit invloed op het functioneren van een onderneming?

Meer dan een kwart van de oprichters heeft eerder een onderneming opgericht, 9% eerder een andere sociale onderneming. Een derde van de oprichters heeft dus ondernemerschapservaring. 37% heeft eerder managementfuncties bekleed. Het merendeel van de sociale ondernemingen heeft oprichters met leiderschapservaring.

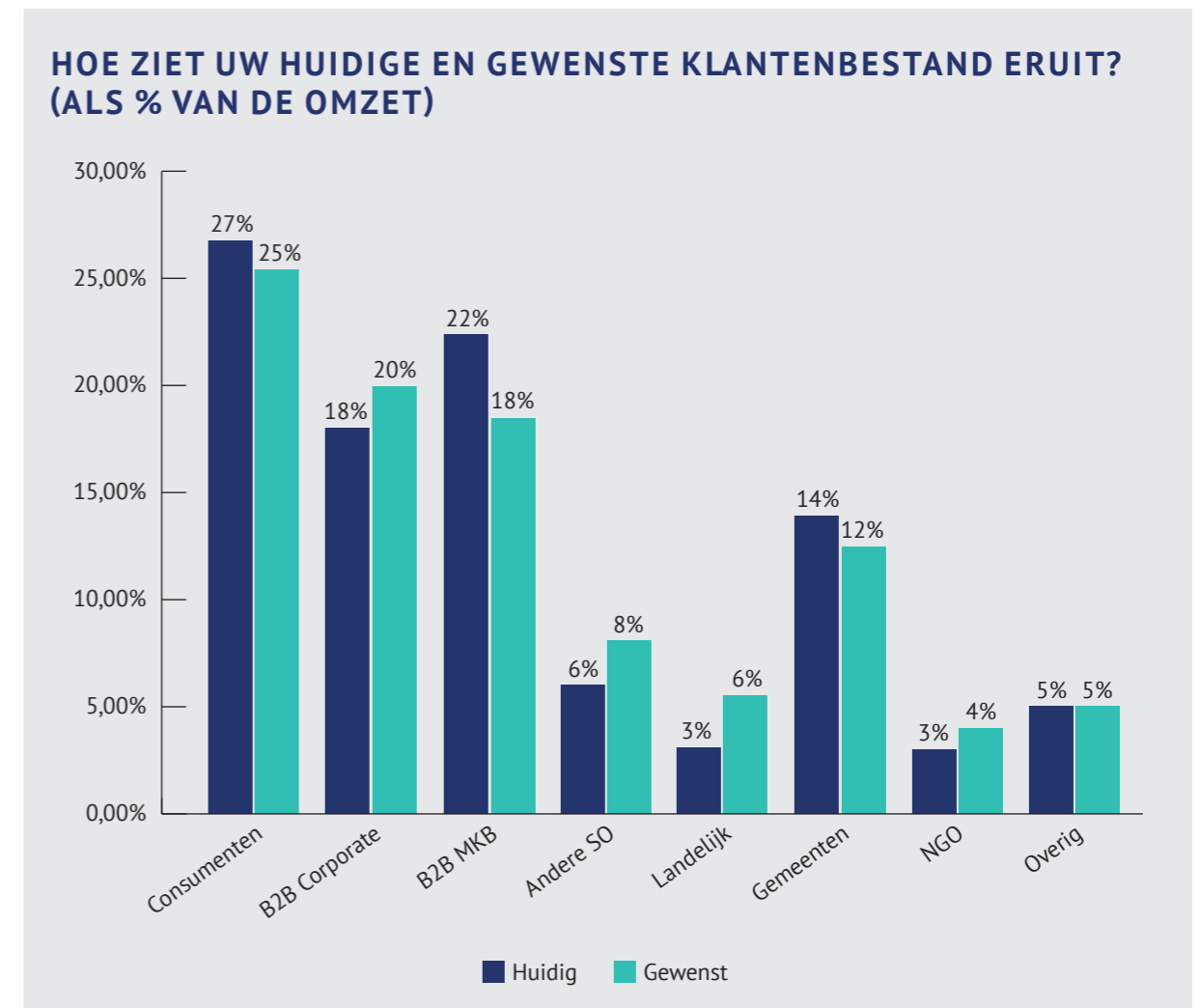


Stevige werkervaring zien we ook binnen managementteams (of vergelijkbare organen) van sociale ondernemingen, 40% van de ondernemingen kent een managementteam dat naast de oprichter bestaat uit iemand met minimaal vijf jaar werkervaring.

Uit eerder onderzoek onder start ups komt naar voren dat ervaren ondernemers de grootste kans hebben een succesvolle onderneming op te zetten.<sup>7</sup> In dit onderzoek komt geen relatie tussen ervaring van de oprichter en winstgevendheid van de onderneming naar voren. Leeftijd van de onderneming speelt hier een belangrijkere rol.

#### B2B belangrijkste klantengroep

De grootste klantengroep van sociale ondernemingen zijn andere bedrijven (B2B), deze groep vertegenwoordigt gemiddeld 40% van de omzet van sociale ondernemingen.



Opvallend is dat er geen grote verschillen zitten tussen de opbouw van het huidige en gewenste klantenbestand. Ondernemers willen nieuwe klantengroepen bereiken (in de Social Enterprise Monitor 2016 noemde 35% van de ondernemers de overheid als een klantengroep die ze graag zouden bereiken), maar niet als vervanging van andere klanten.

<sup>7</sup> Deloitte, THINK: Scale up, the experience game (2015)

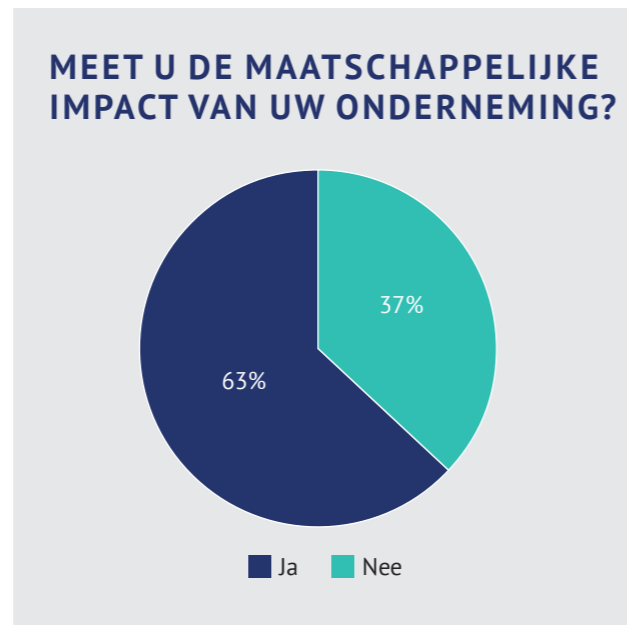


# III - Impact meten, managen en vergroten

*Impact first.* Dat kenmerkt sociale ondernemingen. Maar wat is impact dan? En wordt dit gemeten? Worden de SDG's gebruikt door sociale ondernemingen? Meer dan de helft van de ondernemingen meet impact, veel stakeholders vragen hier ook om en ondernemers gaan verschillend om met de SDG's. Ook proberen sociale ondernemingen hun impact te vergroten door anderen te beïnvloeden.

## Meerderheid meet impact

Een ruime meerderheid van de ondernemingen (63%) geeft aan impact te meten. Dit is vergelijkbaar met de voorgaande editie van de Social Enterprise Monitor en iets hoger dan bij het McKinsey onderzoek uit 2016 waar dit 51% was. Hierbij moet worden opgemerkt dat 'impact meten' verschillend geïnterpreteerd kan worden. In het recent gelanceerde *Impactpad* worden vijf niveaus van impact meten beschreven. Niveau 1 gaat over je sociale missie en impact doelstellingen duidelijk en expliciet maken en bij niveau 5 creëer je volledig inzicht en onderbouwing over je impact.<sup>8</sup> Niet alle ondernemers die aangeven impact te meten zitten op niveau 5.



Bij 75% van de ondernemers vraagt een van de stakeholders om een impact analyse. Financiers (62%) en overheden (42%) vragen het vaakst om een rapportage. Dit kan verklaard worden doordat deze stakeholders een financiële relatie hebben met de onderneming en geïnteresseerd zijn in het effect van de financiering.

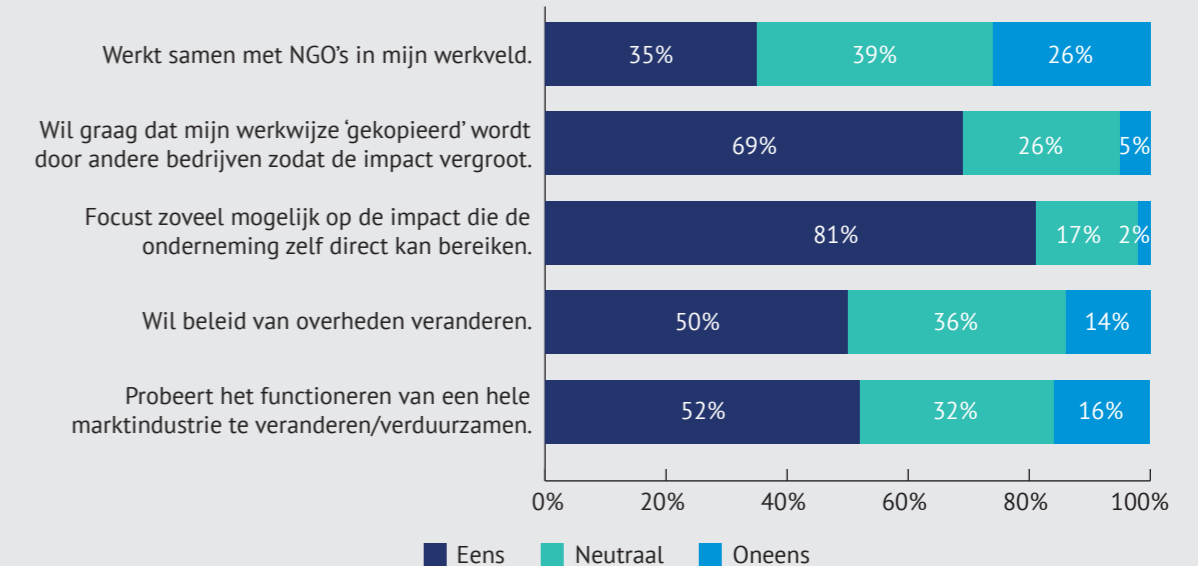
## Ondernemende activisten willen gekopieerd worden

Impact vergroten gebeurt niet alleen door meer producten of diensten te verkopen, maar ook door andere spelers zoals bedrijven en overheden te beïnvloeden. Sociaal ondernemers zijn hier actief mee bezig, maar liefst 69% wil gekopieerd worden door andere bedrijven en 52% probeert het functioneren van een hele markt te veranderen. Dit laat zien dat de *ondernemende activisten* zich realiseren dat de problemen waar ze zich op richten niet door één partij opgelost kunnen worden, maar dat alle betrokkenen van belang zijn om tot systeemverandering te komen.<sup>9</sup>

<sup>8</sup> Voor mee info, zie [www.impactpad.nl](http://www.impactpad.nl)

<sup>9</sup> De ondernemingen die neutraal op deze vraag antwoorden zijn eruit gefilterd. De resultaten gaan dus over ondernemingen voor wie die dit relevante stellingen zijn.

## GEEF AAN IN HOEVERRE U HET EENS BENT MET DE VOLGENDE STELLINGEN, MIJN ONDERNEMING...



## Relatie Sustainable Development Goals

De Sustainable Development Goals (SDG's) zijn 17 doelen waar alle landen aangesloten bij de Verenigde Naties zich aan hebben verbonden. Ondernemers gaan hier verschillend mee om. De helft van de ondernemers doet niks met de SDG's en 40% van de ondernemers geeft aan de SDG's in hun strategie te implementeren of dit van plan zijn. Minder dan 10% rapporteert op de SDG's of heeft hier meetindicatoren op ingesteld.

# IV - Obstakels en marktomstandigheden

Hoe kan de impact van sociale ondernemingen vergroot worden? Tegen welke obstakels lopen ze aan? En in hoeverre zijn de marktomstandigheden voor sociale ondernemingen de afgelopen jaren veranderd?

## Diverse ondernemers, diverse obstakels

Ondernemers is gevraagd naar hun grootste obstakel(s) voor het vergroten van impact. Deze antwoorden zijn vervolgens gecategoriseerd. Ondernemers konden meerdere obstakels benoemen.



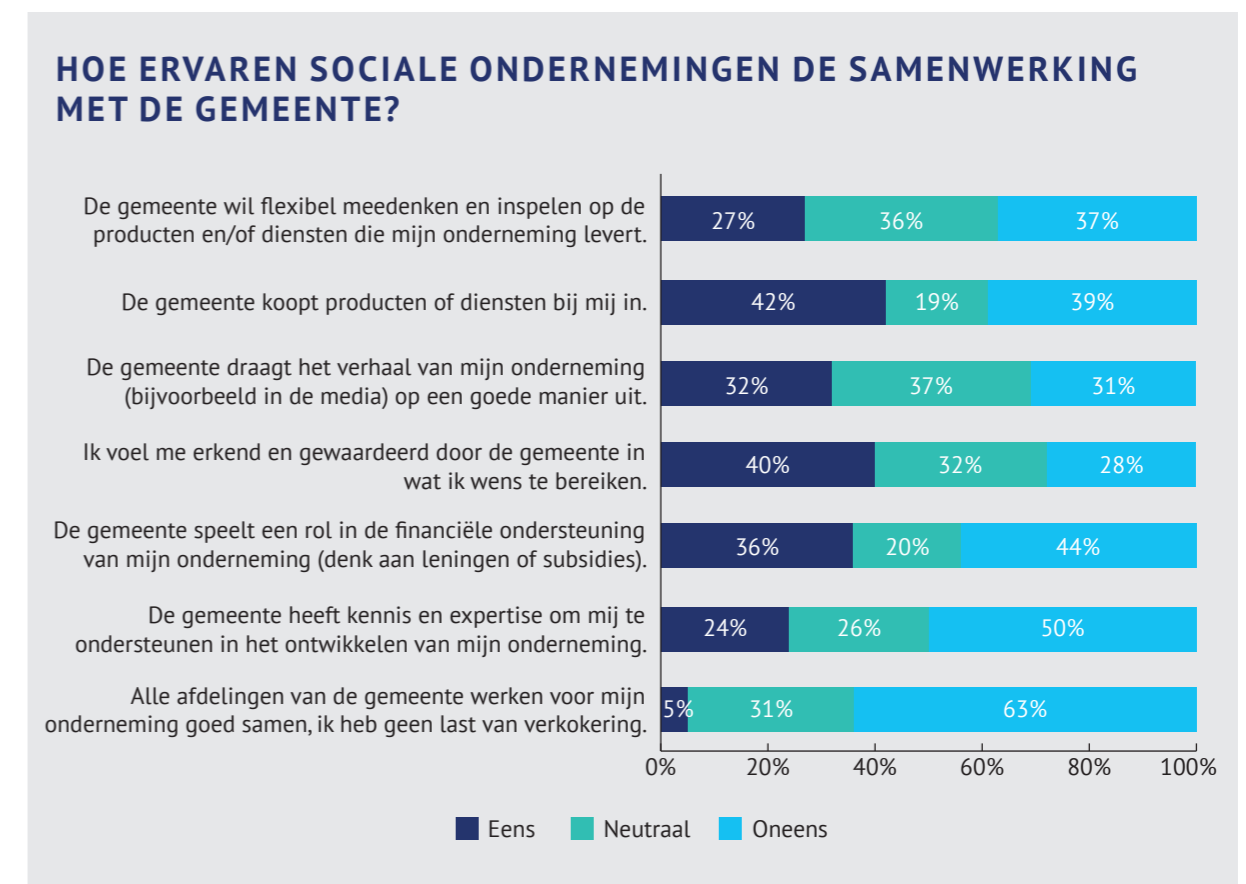
Ongeveer de helft van de genoemde obstakels zijn 'klassieke' ondernemersvraagstukken: aantrekken financiering, omgaan met groei, vinden goed personeel en het vinden van klanten. Opvallend is dat het aantrekken van financiering door 15% van de ondernemers wordt genoemd terwijl een groot deel van de ondernemers in 2017 met succes financiering heeft aangevraagd.

Ook het vinden van personeel wordt relatief vaak genoemd, dit terwijl steeds meer mensen aangeven maatschappelijke relevantie belangrijk te vinden in hun carrière. Maar dit voorkomt niet dat het vinden van geschikt personeel als een obstakel wordt ervaren. Dit kan er enerzijds mee te maken hebben dat potentieel personeel niet goed is opgeleid om bij een sociale onderneming te werken of anderzijds dat sociale ondernemingen niet in staat zijn de gevraagde voorwaarden te bieden.

## Gemeenten relevante stakeholder, maar nog geen ideale partner

In de Social Enterprise Monitor 2016 kwam de relatie met gemeenten als een van de belangrijkste obstakels naar voren. Ook in deze editie wordt de rol van de gemeenten relatief veel genoemd (16%), daarom zijn extra vragen over de samenwerking met gemeenten gesteld. Deze resultaten zijn ook gebruikt in het onderzoek van PwC: *Prille kansen: de samenwerking tussen sociale ondernemingen en gemeenten in Nederland*.<sup>10</sup>

Het grootste deel (71%) van de sociale ondernemingen geeft aan dat de gemeente voor hen een relevante stakeholder is. Dit kan zijn omdat de gemeente voor hen een potentiële klant is of omdat beleid van de gemeente de bedrijfsvoering beïnvloedt. Ondernemers is gevraagd op de volgende stellingen te reageren om aan te geven hoe ze hun samenwerking met de gemeenten ervaren.



<sup>10</sup> <https://www.pwc.nl/nl/assets/documents/samenwerking-tussen-sociale-ondernemingen-en-gemeenten.pdf>

Ondernemingen ervaren de gemeente als een partij die verkokerd werkt. In de praktijk is dit lastig voor de ondernemer die vaak aan meerdere beleidsthema's werkt en hierdoor met verschillende afdelingen van de gemeente te maken heeft. Deze kunnen elkaar tegenspreken en het contact met gemeenten is hierdoor tijdrovend voor ondernemers. Uit het PwC onderzoek komt naar voren dat gemeenten zelf ook aangeven dat ze verkokerd werken. Ook ontbreekt het gemeenten volgens ondernemers aan de juiste kennis.

Opvallend is dat de helft van de ondernemers aangeeft dat de gemeente producten of diensten bij hun inkoop. Dit percentage ligt hoger dan verwacht door verschillende experts. Ondernemers is ook gevraagd hoe de gemeente hun impact kan vergroten, uit analyse van de open antwoorden blijkt dat *inkoop*, *meedenken* en *toeleiding* het meest worden genoemd.

### Hoe kan de gemeente de impact van uw onderneming vergroten?

Een greep uit de antwoorden:

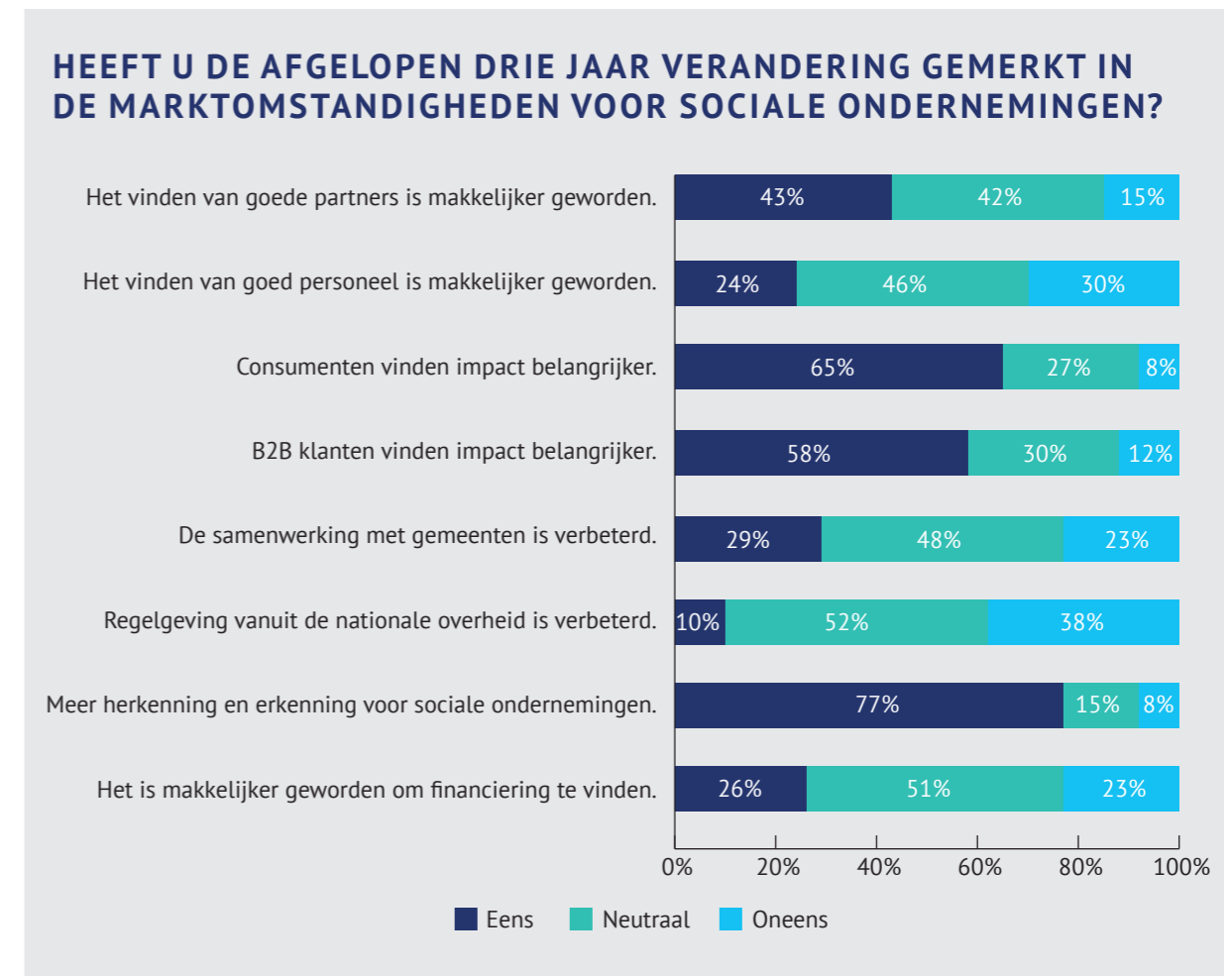
*"In partnership klant worden en samen zoeken naar actieve samenwerking."*

*"Door diensten in te kopen en flexibel mee te denken in oplossingen voor problemen waar wij tegen aanlopen."*

*"De gemeente kan effectiever zijn in het koppelen van mensen aan de arbeidsplekken binnen onze onderneming. UWV/DWI hebben op dit moment een versnipperde aanpak, waarbij mensen random in een caseload van een medewerker belanden."*

### Verbeterende marktomstandigheden

Zijn de marktomstandigheden voor sociaal ondernemers de afgelopen drie jaar veranderd?



Een interessante ontwikkeling is de grote meerderheid van ondernemers die aangeeft dat 'herkenning en erkenning' voor sociale ondernemingen is toegenomen. In de eerste Social Enterprise Monitor 2013 werd dit als een van de grootste obstakels genoemd. Dit strookt ook met de groei aan initiatieven en projecten die sociaal ondernemerschap stimuleren. Ook geven ondernemers aan dat zowel bedrijven als consumenten meer aandacht hebben voor impact.

Over de toegang tot kapitaal en het vinden van personeel zijn ondernemers verdeeld. Deze twee elementen worden ook relatief vaak als obstakel genoemd.

De enige ontwikkeling die volgens ondernemers duidelijk niet is verbeterd is regelgeving en beleid vanuit de nationale overheid. Dit is niet vreemd aangezien de nationale overheid de afgelopen jaren geen regelgeving heeft aangepast voor sociale ondernemingen en nauwelijks beleid heeft geïnitieerd.

# Onderzoeksverantwoording

De Social Enterprise Monitor heeft tot doel inzicht te bieden in de ontwikkeling van social enterprises in Nederland. Het onderzoek is uitgevoerd door middel van een online vragenlijst en verschillende expertsessies om de resultaten verder te duiden.

De vragenlijst is uitgezet onder de leden van Social Enterprise NL (345 op het moment van verspreiding) en via het netwerk van sociale ondernemingen van stichting DOEN en de gemeenten Den Haag, Rotterdam en Amsterdam. De vragenlijst bestond uit 33 vragen en stond open tussen 15 januari en 1 maart 2018. Een aantal vragen was niet verplicht, percentages bij deze vragen zijn berekend aan de hand van het aantal respondenten dat antwoord heeft gegeven. Alle resultaten uit deze monitor zijn gebaseerd op de antwoorden die door de sociaal ondernemers zelf zijn gegeven, hier heeft geen externe controle op plaatsgevonden. De vragenlijst is door 168 sociale ondernemingen ingevuld.

Om de resultaten verder te duiden zijn er twee expertsessies georganiseerd: een met beleids-makers van de overheid en een bijeenkomst met financiers, onderzoekers en adviseurs.

PwC heeft Social Enterprise NL ondersteund in de uitvoering van het onderzoek. Social Enterprise NL is eindverantwoordelijk voor de resultaten.

# Aantekeningen

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## **Over Social Enterprise NL**

Social Enterprise NL is aanjager van de groeiende beweging van sociaal ondernemers, zodat steeds meer maatschappelijke en economische impact kan worden gecreëerd. Het netwerk heeft momenteel 350 leden: sociale ondernemingen zoals Tony's Choclonely, Kromkommer, The Dutch Weedburger, Thuisafgehaald, Afval Loont, Kringloopwinkels, Peerby, The Colour Kitchen en Fairphone. Social Enterprise NL is in 2012 opgericht.

## **Visie**

De huidige maatschappelijk uitdagingen vragen om een andere economische benadering. Een economie die werkt voor mensen: circulair, armoedevrij en inclusief. Dat vraagt innovatieve oplossingen. Hiervoor zijn ondernemers nodig die geld als middel zien en niet als doel. Sociaal ondernemers, die ondernemen om de wereld te verbeteren. Maar ondernemers kunnen het niet alleen. Een brede beweging van afnemers (consumenten, bedrijven en overheden) en kapitaalverschaffers moet de waarde van sociale ondernemingen gaan erkennen zodat zij grote maatschappelijke impact kunnen realiseren.

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

[www.social-enterprise.nl](http://www.social-enterprise.nl)  
[info@social-enterprise.nl](mailto:info@social-enterprise.nl)  
020-6264410

2018