

MEETBARE MAATSCHAPPELIJKE WAARDE HELPT SOCIAAL BEDRIJF

De vertaalslag naar geld

Hoewel het realiseren van maatschappelijke of ecologische doelstellingen vaak nog wordt geassocieerd met subsidies en donaties, maken meer en meer organisaties die zich hiervoor inzetten gebruik van de "markt", stellen Boris Franssen en Peter Scholten in hun onlangs verschenen *Handboek voor sociaal ondernemen*. Door Jolanda van Leeuwen.

Ecologische boeren en producenten van duurzame energie zijn de alom bekende ondernemingen die ecologisch en maatschappelijk resultaat boeken op een financieel duurzame wijze. Maar er zijn ook minder bekende pioniers in het sociaal ondernemen.

Bijvoorbeeld Valid Express in Amsterdam: een op commerciële leest geschoeide koeriersdienst met uitsluitend arbeidsgeneticapite chauffeurs in dienst. Of de electronicspecialist BCC, die energiebesparend gedrag van consumenten versterkt en daarom de Retail jaarprijs 2007 won.

De toegevoegde waarde van een onderneming gaat tegenwoordig verder dan de prijs van het aanbod. Vinden Franssen en Scholten. Een sociale onderneming is een financieel gezonde onderneming die gericht werkt aan een maatschappelijk doel. Het gaat dan niet om een Unicef-kalender in het kerstpakket van de werknemers of het sponsoren van de plaatselijke voetbalvereniging. Hoe goed bedoeld dat ook mag zijn, en hoe welkom het geld ook is bij deze goede doelen, sociaal ondernemen gaat verder. Een sociaal ondernemer wil concrete maatschappelijke doelstellingen koppelen aan zijn bedrijfsvoering.

De sociale ondernemer heeft een expliciete maatschappelijke missie en dient daarmee alle belanghebbers en medewerkers richting en inspiratie te geven. Niet alleen de directe klanten of doelgroep, maar ook de financiers en andere stakeholders.

Reestje
Maar hoe weet de sociale ondernemer dat hij succesvol is? In een gewoon bedrijf wordt er aan het eind van het jaar getoetst als de omzetdoelstellingen zijn gehaald. Maar wanneer kan de sociale ondernemer een feestje bouwen? Om doelstellingen te beoordelen of, en in welke mate, deze investering rendement heeft. Door waarden te "monetariseren" (in geld uit te drukken, red.), is het mogelijk resultaten te presenteren op een wijze die voor investeerders bekend en herkenbaar is. Dit kan

Stichting Start Foundation

Nationale dialoog moet het sociaal ondernemen voorruit helpen. „De opkomst van sociaal ondernemerschap moet toegejuicht worden”, vindt Jos Verhoeven, directeur van Stichting Start Foundation. Deze stichting is een maatschappelijk investerend die streeft naar een arbeidsmarkt waar iedereen welkom is. Verhoeven hoopt dat er een nationale dialoog komt tussen de politiek, werkgemers, werknemers, verzekeraars en geldverstrekkers. Die dialoog moet volgens hem gaan over de vragen: „Waarvoor wordt het sociaal ondernemerschap afgeremd en hoe krijgen we het los?”

Want er zijn nog veel belemmerende regels, volgens Verhoeven. Verhoeven ziet veel voordelen voor sociale ondernemers. „Werkgevers hebben tegenwoordig veel te maken met personeelstekorten, terwijl er groepen zijn waar iedereen aan voorbij loopt. Als je verder nadenkt, kun je daar zeker iets mee”, zegt Verhoeven. „Bijvoorbeeld met mensen met een auditieve handicap.”

In de Verbinding BV in Groningen worden bijvoorbeeld dakkapellen en kozijnen gemaakt door merendeel dove medewerkers.

Kiezen voor zinvol

WANT WAT IS HET PROBLEEM? BIJ GANGBARE

marktproducten zoals ecologische landbouwproducten, lukt dat meten wel. De consument geeft aan wat hij er extra voor over heeft om een ecologisch product te kopen. Deze meerprijs geeft een indicatie van de maatschappelijke toegevoegde waarde van het ecologische product. Maar hoe meet je de waarde van maatschappelijke doelen als: in stand houden van het landschap, het beschikbaar stellen van banen aan mensen die normaal gesproken moeilijk aan het werk komen, of de zorg overnemen van mantelzorgers zodat die een weekendje vrij hebben?

Monetariseren

Het handboek beschrijft verschillende methoden om de maatschappelijke toegevoegde waarde te bepalen en vervolgens uit te drukken in geld. Resultaten zijn altijd het gevolg van een investering (in geld). Door de opbrengsten in dezelfde eenheid te berekenen, valt te beoordelen of, en in welke mate, deze investering rendement heeft. Door waarden te "monetariseren" (in geld uit te drukken, red.), is het mogelijk resultaten te presenteren op een wijze die voor investeerders bekend en herkenbaar is. Dit kan



investeringen in maatschappelijke activiteiten stimuleren.
Het handboek waarschuwt ervoor om het begrip 'waarde' niet te verwarren met het begrip 'prijs'. Dat de waarde van een activiteit in geld wordt uitgedrukt, wil nog niet zeggen dat alles in de wereld te

koop is. Het blijft daarbij belangrijk om te realiseren dat niet "de waarde van leven", "de waarde van een gehandicapte" of de "waarde van natuur" wordt gemonetariseerd, maar dat slechts de investering in een verandering wordt uitgedrukt in een financieel getal.

Verder vindt Verhoeven het duurzame karakter van sociale ondernemers een pluspunt. „In een vroeg stadium denkt de ondernemer na over de lange termijn: stel, de onderneming wordt een succes, hoe ga ik dan door na de subsidieperiode? De ondernemer maakt hiervoor een plan. Sociale ondernemers blijken in staat te zijn werkgelegenheid te bieden zonder bankkrediet subsidies.”

Stichting Start Foundation is onder meer betrokken bij het Zakgeldproject van stichting Jessour in Leeuwarden. Deze stichting probeert bijaanjtes te vinden voor schoolgaande jongeren in achterstandsituaties, met het doel hen zo op het pad van school en regulier werk te houden. Op dit moment onderzoekt stichting Jessour hoe zij hun maatschappelijke toegevoegde waarde voor het voetlicht kunnen brengen.

om te beoordelen of de investering toegevoegde waarde heeft.
De auteurs geven de tip mee om eens bij het gemeentehuis te vragen naar de grote bouwvoorwaarden die daar ter inzage liggen. Daarbij hoort ook altijd een Milieu Effect Rapportage. Deze rapportages gebruiken een kosten-batenanalyse en brengen de totale maatschappelijke kosten en baten van een bouwwerk in kaart. Niet alleen de kosten van de bouw zelf, maar ook die van eventueel herstel, reparatie of vervanging, de kosten van het verloren gaan van natuur, welzijnseffecten enzovoort. Het is interessant om deze te bekijken, omdat het veel praktische voorbeelden geeft van het gebruik van monetariseringmethoden.

Dit in kaart brengen van de positieve maatschappelijke waarde kan ook interessant zijn voor organisaties in het maatschappelijke middenveld. Veel organisaties worden gezien als kosteloos in plaats van een bedrijf dat waarde creëert. De instelling krijgt een bepaald budget om de taken mee uit te voeren. Dit betekent dat voor de diensten en producten slechts de kostprijs wordt betaald.

Meedingen

De waarde, die de samenleving ervoor overheeft, kan veel hoger liggen. Wat zijn bijvoorbeeld de toekomstige maatschappelijke kosten als de voortijdig schoolverlaters niet worden opgevangen en naar school of werk worden geleid. Door de waarde van het resultaat te bepalen, ziet de organisatie er ineens heel anders uit. Het kost niet alleen, maar het levert ook iets op. Omdat in deze sectoren zaken als aanbesteden en concurrentie steeds meer zullen gaan voorkomen, zullen juist deze partijen een grote stap moeten gaan zetten; verwacht Scholten. Commercële bedrijven, non-profits of hybride instellingen kunnen tegenwoordig meedingen naar opdrachten in de thuiszorg, arbeidsvoorziening of welzijn.

„Er is een groeiend besef dat "goed doen" niet langer het primair is van stichtingen, verenigingen of andere goede doelenorganisaties. En omgekeerd dat ondernemerschap niet langer het alleenrecht is van bedrijven uit de private sector. Sociaal ondernemen staat volop in de belangstelling." Deze zomer is er bijvoorbeeld een Sociale Ondernemerskamer opgericht.
Tegelijkertijd constateren de auteurs van het handboek dat sociaal ondernemen in Nederland nog in de kinderschoenen staat. Het aantal sociale ondernemingen is namelijk nog zeer beperkt.

Handboek voor sociaal ondernemen
(Serie Management in de Samenleving),
Boris Franssen en Peter Scholten,
Uitgeverij Koninklijke Van Gorcum BV,
184 pagina's, 27,50 euro. ISBN:
978-90-232-4382-3