



DE SOCIAL ENTERPRISE MONITOR 2015

Inhoudsopgave

Woorden vooraf	i
Management samenvatting	1
Consistente groei	3
Barrières en obstakels	6
Juridische vraagstukken	9
Impactmeting	12
Motivatie van de ondernemer	14
Onderzoeksverantwoording	16

Woorden vooraf

Al te vaak plooiën we terug op heroïsche verhalen of wijdverspreide mythes wanneer we het hebben over sociaal ondernemerschap. Dit is deels te wijten aan het feit dat zij bij uitstek een ‘verborgen populatie’ vormen. De Social Enterprise Monitor is vandaar heel erg welkom. De resultaten onderstrepen het innoverend karakter van de bevroegde sociale ondernemers – Dit is iets wat sterk resoneert met onderzoek elders. De gegevens laten tevens zien hoe op gebieden zoals huisvesting en onderwijs er nog relatief weinig sociaal ondernemers actief zijn, hoewel de nood aan sociaal ondernemende initiatieven hier zeker niet minder groot is. De studie geeft aan welke thema’s leven bij sociale ondernemers. Maar meer nog, ze prikkelt veel vragen. Dit is super. Ik kijk dan ook uit naar meer onderzoek!

– Marieke Huysentruyt - Faculty fellow London School of Economics,
academic director Seforis

Om de toekomst te laten stralen hebben we organisaties nodig die het goede voorbeeld geven. Gelukkig komen er steeds meer. Opvallend vind ik dat de helft van de social enterprises aangeeft hun impact te meten, dat kan beter en ik hoop dat meer sociale ondernemingen in de toekomst hun impact gaan meten.

– Frank Kalshoven, directeur De Argumentenfabriek.

Het is goed om te zien de werkgelegenheid bij social enterprises, ondanks de economische crisis, is gegroeid. Sociaal ondernemen is een relatief nieuwe manier om maatschappelijke vraagstukken aan te pakken. Niet alleen de financiële doelstelling staat voorop, maar ook het behalen van maatschappelijke doelen. Het is aan de Tweede Kamer om met behulp van de Social Enterprise Monitor te bekijken welke knelpunten kunnen worden weggenomen. Deze vorm van ondernemerschap, waarbij opbrengsten worden geherinvesteerd in de maatschappelijke doelen, dient serieus te worden genomen. Social enterprises kunnen in de toekomst een relevante partner van de overheid worden en verdienen daarmee onze steun.

– Agnes Mulder, Tweede Kamerlid CDA

Management samenvatting

De Social Enterprise Monitor is het grootste onderzoek naar social enterprises in Nederland, zij hebben gezamenlijk een omzet van 476 miljoen euro en 10.709 medewerkers. Het is de derde keer dat dit onderzoek wordt uitgevoerd en is het enige onderzoek dat op deze schaal onderzoek doet naar de social enterprise sector.

Sterke werkgelegenheidsgroei

Social enterprises laten tussen 2013 en 2015 een sterke werkgelegenheidsgroei zien. Het aantal werknemers steeg met 36% en de omzet groeide met 24%, zij groeien beduidend harder dan gewone bedrijven. Social enterprises creëren maatschappelijke- én economische waarde.

Regelgeving en overheidsbeleid belangrijkste barrière voor groei

Social enterprises noemen regelgeving en overheidsbeleid het belangrijkste obstakel voor het vergroten van hun maatschappelijke impact. Obstakels die worden genoemd zijn onder andere het aanbestedingsbeleid, regels rondom werken met mensen met een arbeidsbeperking en beleidsinconsistentie. Deze resultaten onderschrijven de conclusies van het SER advies over sociaal ondernemerschap en de rol van de overheid.

Behoefte aan eigen juridische positie

Social enterprises hebben een behoefte aan eigen juridische status. 79% geeft aan een eigen rechtspositie voor de social enterprise aan te nemen indien deze zou bestaan. 69% van de ondernemingen geeft aan dat hun maatschappelijke missie niet goed zichtbaar is en 40% ondervindt praktische problemen met het werken vanuit hun huidige juridische constructie.

Vraag van stakeholders cruciaal voor impactmeting

Nog slechts de helft van de social enterprises geeft aan de impact van het werk van zijn onderneming ook daadwerkelijk structureel te meten. De vraag vanuit stakeholders (bestuur, financier, overheid, klanten) blijkt een belangrijke motivatie voor het meten van impact. Van de bedrijven die impact meten vraagt bij 75% één van de stakeholders om een impactrapportage, van de bedrijven die geen impact meten is dit 29%.

Social enterprises vinden met succes financiering

In 2014 hebben 52% van de social enterprises een vorm van financiering gezocht, 79% hiervan geeft aan ook financiering te hebben aangetrokken. Dit toont aan dat social enter-

prises vaak een realistische *business case* hebben en dat het veld van impact investeerders groeit. Toch blijft het aantrekken van een financiering een vaak genoemde (22%) barrière voor groei.

Sociaal ondernemers willen ook voorbeeldrol spelen

Het oplossen van een specifiek maatschappelijk probleem is de meest genoemde motivatie voor het starten van een sociale onderneming. Veel ondernemers (85%) willen graag een voorbeeld in de maatschappij zijn. Dit toont aan dat de gewenste impact van een sociaal ondernemer verder gaat dan de eigen onderneming, hij/zij wil laten zien dat *het kan* en daarmee ook anderen aanzetten tot actie.

Consistente groei

De social enterprise sector groeit. In omvang, omzet, werkgelegenheid, maar ook in maatschappelijke aandachtsgebieden.

Grote variatie aan maatschappelijke thema's, steeds meer zorg

Relatief de meeste social enterprises hebben tot doel het *verhogen van de arbeidsparticipatie van een kwetsbare doelgroep*, 32% van de respondenten noemt dit als belangrijkste impact thema. Dit komt overeen met het beeld uit voorgaande jaren. Opvallend is dat het verbeteren van de zorg vaker wordt genoemd dan voorgaande jaren. In 2015 wordt dit door 27% van de ondernemingen als maatschappelijk impact (belangrijkste en/of belangrijk) genoemd, in 2014 was dit 12% en in 2013 6%¹. Deze opkomst kan verklaard worden door het feit dat de overheid zich terugtrekt uit dit domein en er dus meer ruimte ontstaat voor sociaal ondernemerschap. Van de bedrijven die zich richt op het *verbeteren van de zorg* is 74% in 2010 of later opgericht.

Welke van onderstaande opties beschrijven de maatschappelijke impact van uw organisatie het best? Selecteer maximaal twee antwoorden.



¹ Het percentage is berekend aan de hand van het totaal aantal ondernemingen dat aangeeft dat zorg het belangrijkste (1) of belangrijk (2) impact thema is ten opzichte van het totaal aantal ondernemingen.

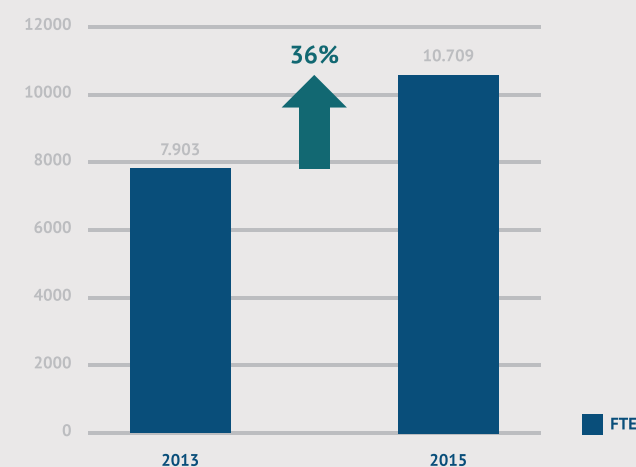
Meerderheid onderzochte bedrijven ouder dan twee jaar

18% van de ondervraagde ondernemingen bevindt zich in de *start-up fase*, dit zijn bedrijven die in 2013 of later zijn opgericht. 48% bevindt zich in de *professionaliseringsfase*, dit zijn bedrijven die langer dan twee jaar bestaan met een omzet onder de één miljoen euro. 35% van de bedrijven bevindt zich in de *volwassenfase*, deze bedrijven ondernemingen hebben een omzet boven de één miljoen euro.

Sterke groei in werkgelegenheid

In 2013 en 2014 liet de Social Enterprise Monitor al zien dat de sector ook van economische waarde is; de werkgelegenheid onder de onderzochte sociale ondernemingen groeide respectievelijk met 25% en 12%. De nieuwste cijfers laten een nog sterkere groei zien; tussen 1 januari 2013 en 1 januari 2015 steeg de werkgelegenheid met 36%². Bij 83% van de bedrijven was er sprake van werkgelegenheidsgroei, 16% daarvan had in 2013 nog geen personeel in dienst.

De werkgelegenheidsgroei wordt bevestigd in de omzetcijfers. De totale omzet van de onderzochte bedrijven steeg met 24% van 383 miljoen euro in 2013 naar 476 miljoen euro in 2014.



Hoeveel mensen werkten er betaald bij uw onderneming op 1 januari 2013 in loondienst en hoeveel mensen werken er nu?

² Het percentage wordt berekend aan de hand van de vraag: "Hoeveel mensen werkten er betaald bij uw onderneming op 1 januari 2013 in loondienst en hoeveel mensen werken er op 1 januari 2015?" en niet aan een vergelijking tussen verschillende edities van de Social Enterprise Monitor.

Deze groei kan door meerdere factoren worden verklaard. Economische groei; de economie als het geheel herstelde de afgelopen jaren, social enterprises opereren op de vrije markt en profiteren daar ook van.³

Daarnaast is de groei in werkgelegenheid ook te verklaren door het feit dat social enterprises opereren vanuit hun maatschappelijke missie. 32% noemt het verhogen van de arbeidsparticipatie als belangrijkste doel, met andere woorden, het verhogen van de werkgelegenheid is hun belangrijkste target. Maar ook voor bedrijven met een andere missie is werkgelegenheidsgroei te verklaren. Een social enterprise zal indien er ruimte is financiële middelen eerder investeren in het bereiken van de missie (en dus extra mensen aannemen) in plaats van meer winst aan de aandeelhouders uitkeren.

Een andere verklaring voor de sterke werkgelegenheidsgroei kan zijn dat steeds meer klanten (consumenten en bedrijven) oog krijgen voor de maatschappelijke impact van een product of dienst die ze afnemen.⁴

Zelfstandig, maar nog niet altijd winstgevend

Sociale ondernemingen zijn zelfstandige bedrijven, dat blijkt ook uit de cijfers. 46% van de bedrijven ontvangt helemaal geen subsidies of donaties. 34% van de ondernemingen ontvangt voor minder dan 25% van de totale omzet (loonkosten)subsidies of donaties.

Dit betekent niet dat alle sociale ondernemingen ook winstgevend zijn. 38% van de bedrijven maakte over 2014 winst, 24% draaide break even en 34% maakte verlies.⁵ Bedrijven die zich in de start-up fase bevinden zijn relatief het vaakst verliesgevend (57%) en bedrijven in de volwassenfase zijn het vaakst winstgevend, 62% van de bedrijven in deze fase maakt winst.

³ CBS: "Nederland in 2014" In 2014 kende Nederland een bbp groei van 0.9%, dat is meer dan de voorgaande jaren.

⁴ GFK: "Aantal huishoudens dat fairtrade producten koop groeit naar 4,8 miljoen" en MT: "Duurzaam bedrijf? De winst zit in de inkoop"

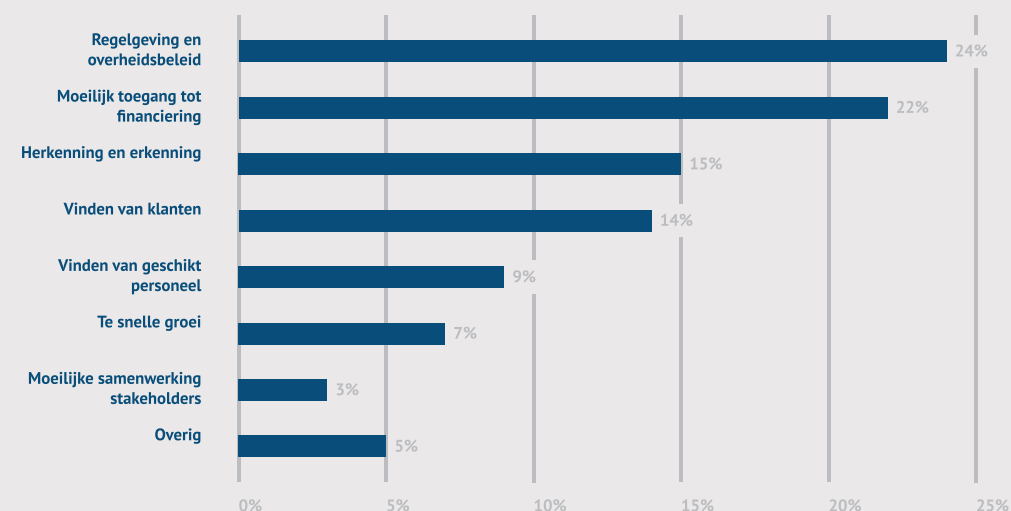
⁵ Voor 4% was het nog niet duidelijk.

Barrières en obstakels

Uit eerdere edities van de Social Enterprise Monitor werd duidelijk dat financiering en vinden van klanten als grootste barrières voor het vergroten van maatschappelijke impact worden ervaren. Dit jaar is de vraag op een andere manier gesteld (open vraag, in plaats van meerkeuze), dit brengt nieuwe inzichten naar voren.

De belangrijkste obstakels zijn regelgeving en overheidsbeleid (24%), financiering (22%), herkenning en erkenning (15%) en vinden van klanten (14%).

Wat zijn de belangrijkste obstakels van uw onderneming voor het vergroten van uw maatschappelijke impact? Geef zo concreet mogelijk antwoord.



Er worden veel verschillende obstakels genoemd die te maken met regelgeving en beleid; gebrek aan beleidscoherentie, aanbestedingsprocedures en regels rondom werken met mensen met een arbeidsbeperking.

Wat zijn de belangrijkste obstakels van uw onderneming voor het vergroten van uw maatschappelijke impact?

“Participatiewet is nog in ontwikkeling. Instrumenten zijn nog niet gereed en rolverdeling tussen gemeenten en ons bedrijf nog niet altijd helder. Fiscale ontwikkelingen vormen mogelijk een belemmering. We worden VPB plichtig.”

“Besluitvorming bij gemeenten.”

“Wij zouden meer mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt kunnen opleiden als uitkeringsinstanties pragmatischer zouden zijn.”

“Draagvlak binnen de overheid. Als Social Enterprise zijn hun een van onze voornaamste klanten (70% omzet). Om domein overschrijdend bij een gemeente binnen te komen moeten we 9-10 gevallen bij een enthousiaste wethouder aan tafel zitten. Die kan aan meerdere domeinen opdracht geven om met ons in zee te gaan..”

Het is interessant dat regelgeving en overheidsbeleid het meest wordt genoemd, omdat de SER recentelijk een advies heeft uitgebracht over de rol van de overheid bij sociaal ondernemerschap.⁶ Deze uitkomsten versterken de strekking van het advies: de overheid heeft een duidelijke rol in het wegnemen van barrières en versterken van de social enterprise sector.

Van de bedrijven die regelgeving als barrière noemen richten de meeste bedrijven zich op arbeidsparticipatie (38%) en zorg (29%). Dit zijn domeinen waar regelgeving vanuit de overheid nadrukkelijk aanwezig is en niet altijd goed aansluit bij de behoeften van sociaal ondernemers. Over de relatie tussen de overheid en social enterprises publiceerde Social Enterprise NL eerder de beleidsagenda *Iedereen Winst*.⁷

Financiering

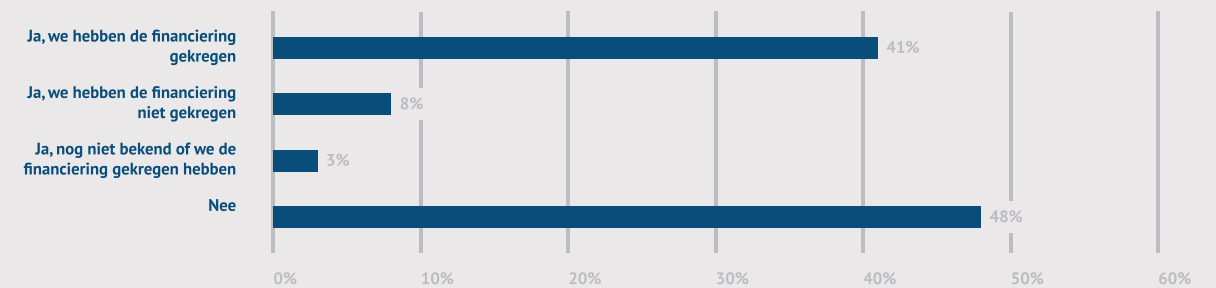
Social enterprises sturen niet op (financiële) winstmaximalisatie, dit maakt het moeilijker om kapitaal aan te trekken bij financiers. Maar het veld van financiers die ook aandacht hebben voor maatschappelijk rendement groeit snel.

Meer dan de helft (52%) van de onderzochte social enterprises geeft aan in 2014 financiering te hebben gezocht, 79% van deze bedrijven heeft ook financiering aan kunnen trekken. Een opvallend goed resultaat aangezien de toegang tot kapitaal als een belangrijke barrière voor groei wordt genoemd.

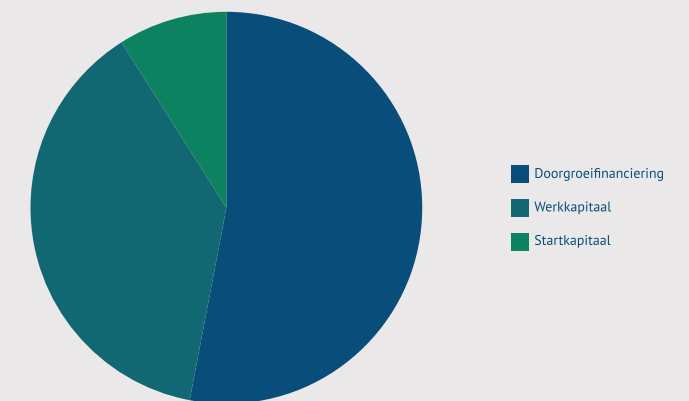
⁶ SER: “Conceptadvies sociaal ondernemerschap” (2015)

⁷ Social Enterprise NL: “Iedereen Winst: Samen met de overheid naar een bloeiende social enterprise sector” (2014)

Heeft u in 2014 een vorm van externe financiering (lening of investering, geen donatie of subsidie) gezocht? Zo ja met welk resultaat?



Indien u in 2014 een financiering heeft aangevraagd, welke type financiering?



Een verklaring hiervoor kan de toename van ‘impact investeerders’ zijn. De ABN AMRO richtte in 2013 het Social Impact Fund op en in 2014 ging Social Impact Ventures live, het eerste investeringsfonds speciaal gericht op social enterprises.⁸ Ook krijgen ‘traditionele’ filantropiefondsen steeds meer aandacht voor social enterprises. Daarnaast halen steeds meer sociaal ondernemers financiering op via crowdfunding.

Social enterprises zoeken het meest doorgroefinanciering. Splitsen we dit uit naar winstgevendheid dan zien we dat bedrijven die winst maken relatief vaker op zoek naar werkkapitaal (50%) en bedrijvend die break-even draaien naar doorgroefkapitaal (67%). Dit kan erop duiden dat de laatste groep groeiambities heeft.

⁸ www.socialimpactventures.nl

Juridische vraagstukken

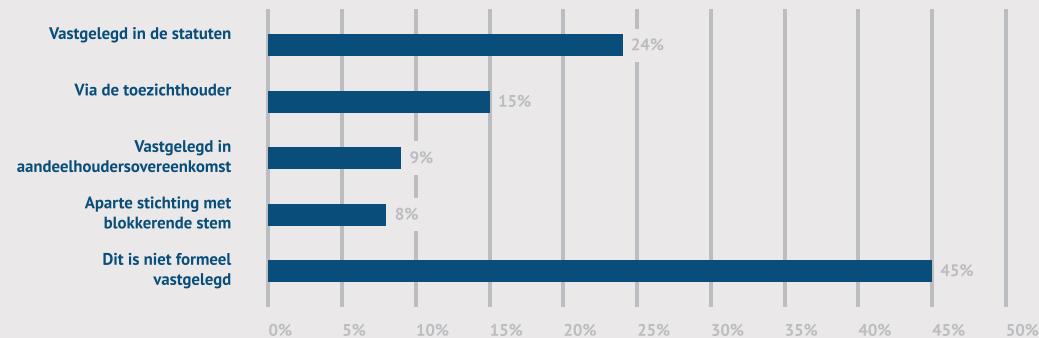
De juridische positie van de social enterprise is steeds vaker onderwerp van discussie. Landen om ons heen kennen een eigen rechtspositie en in het SER advies wordt het ontbreken van zo'n positie in Nederland genoemd als een obstakel: *“Uit de analyse van knelpunten blijkt dat sociale ondernemingen op diverse punten worstelen met bestaande rechtsvormen.”*⁹ In deze editie van de Social Enterprise Monitor zijn verdiepende vragen gesteld over de juridische positie om de mening van de ondernemers te peilen.

Meer dan de helft van de sociale ondernemingen bewaakt missie

Sociale ondernemingen werken vooral vanuit een BV (58%), 16% werkt vanuit een combinatie tussen een stichting en BV, 15% vanuit een stichting en 11% vanuit een andere structuur zoals een VOF of coöperatie.

Een belangrijkste element in de discussie over de juridische positie van de sociale onderneming is het beschermen van de maatschappelijke missie. Deze missie is een cruciaal onderdeel van een sociale onderneming en zou voor zowel interne (wat gebeurt er bij een nieuwe directeur?) als externe (geloofwaardigheid naar de buitenwereld) doeleinden goed moeten zijn beschermd.

Hoe bewaakt u de maatschappelijke missie van uw onderneming?



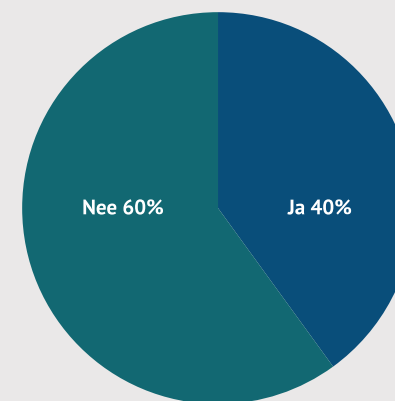
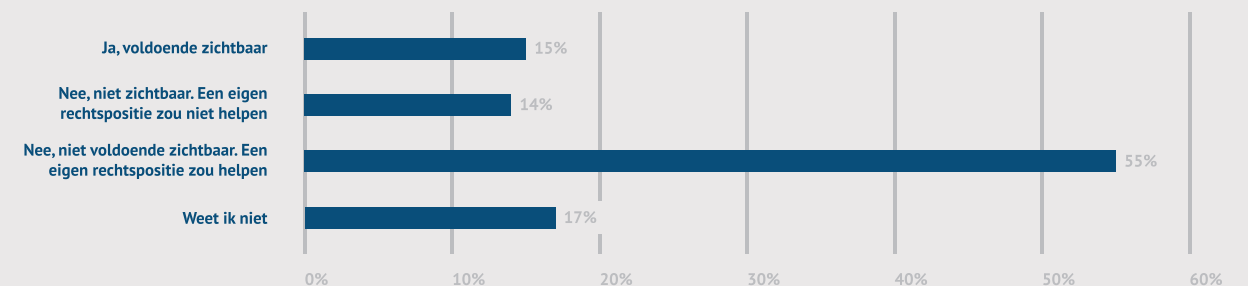
De helft van de ondernemingen geeft aan de maatschappelijke missie op een formele wijze te bewaken en hiervoor dus extra maatregelen te nemen. Dit toont aan dat hier een behoefte aan bestaat. Uitgesplitst naar huidige juridische structuur wordt duidelijk dat bedrijven die kiezen voor een combinatie tussen BV en stichting bijna altijd (87%) aangeven hun maatschappelijke missie te beschermen.

⁹ SER: "Conceptadvies sociale ondernemingen" (2015) en European Commission: "A map of social enterprises and their ecosystems in Europe" (2014)

Maatschappelijke missie niet goed zichtbaar

De huidige juridische mogelijkheden passen niet goed bij de behoeften van sociale ondernemingen zo blijkt uit de Social Enterprise Monitor. 69% van de ondernemingen geeft aan dat de maatschappelijke missie niet goed zichtbaar is voor de Nederlandse maatschappij. 55% van de ondernemers is van mening dat een eigen juridische positie kan helpen dit te verbeteren.

Is de maatschappelijke missie van social enterprises voor de Nederlandse maatschappij voldoende zichtbaar en duidelijk? Zo nee, wat kan hier volgens u aan bijdragen?



De social enterprise heeft als juridische entiteit vaak een BV of een stichting (of een combinatie). Brengt dit voor u praktische bezwaren met zich mee?

40% van de sociaal ondernemers geeft aan dat hun huidige juridische constructie praktische bezwaren met zich mee brengt. Bezwaren die worden genoemd:

“Wij hebben beiden (stichting en BV), veel extra administratief werk. Zeker 1 fte. BTW problemen voor stichtingen en fondsen waarvoor we werken.”

“Veel overheden eisen een stichting, terwijl een BV ook voldoet.”

“Wij zouden liever een combinatie van een BV en stichting zien. Wij hebben om belastingtechnische redenen voor een stichting gekozen, maar eigenlijk zouden we een BV willen ivm commerciële activiteiten.”

Behoeftte aan eigen juridische positie

79% van de ondernemingen geeft aan te overwegen een eigen rechtspositie voor de social enterprise aan te nemen indien deze zou bestaan. Dit toont aan dat er een sterke behoefte bestaat aan een aparte juridische status.

Impactmeting

Een social enterprise runnen lijkt in veel aspecten op ‘gewoon’ ondernemen: klanten vinden, omgaan met personeel en de boekhouding op orde brengen. Maar er komen ook specifieke onderdelen bij kijken, onder andere het meten en communiceren van impact.

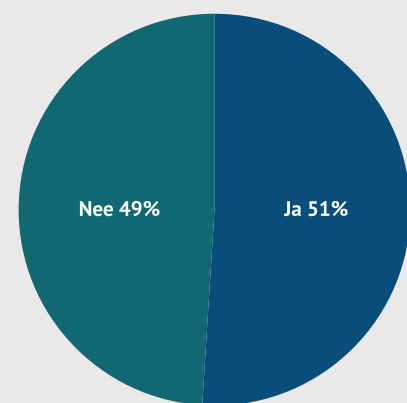
Impactmeting

Social enterprises hebben een maatschappelijke missie. Het in kaart brengen in hoeverre deze missie wordt bereikt is een belangrijk onderdeel van een social enterprise en noemen we impact meten. Of bedrijven hun impact meten hangt sterk samen met de vraag hierom van hun stakeholders.

Uit eerdere edities van de Social Enterprise Monitor blijkt dat lang niet iedere onderneming impact meet en dat het aantal nog niet groeit; 50% van de ondervraagde ondernemingen geeft dit jaar aan de impact te meten. Gebrek aan tijd en geld worden het meest als reden voor het niet meten van impact genoemd. Een andere verklaring is dat de maatschappelijke missie het startpunt is van een sociaal ondernemer, daarover rapporteren wordt dan als dubbelop gezien; *“Ik doe het toch al?”*.

Stakeholders van belang

Dit jaar is voor het eerst gevraagd of de stakeholders van de social enterprises om een impact rapportage vragen. Hieruit blijkt dat bij de helft van de sociale ondernemingen een van de stakeholders om een impact rapportage vraagt. Financiers vragen het vaakst om een impact rapportage, van de social enterprises waarvan één van de stakeholders om een impact rapportage vraagt geeft 67% aan dat een financier dit doet. Dat is te verklaren, omdat veel social enterprises financiering verkrijgen van een instelling die stuurt op maatschappelijke impact, bijvoorbeeld een *venture philanthropy* fonds of een impact investeerder. Deze financiers willen dus het maatschappelijk rendement van hun investering weten.

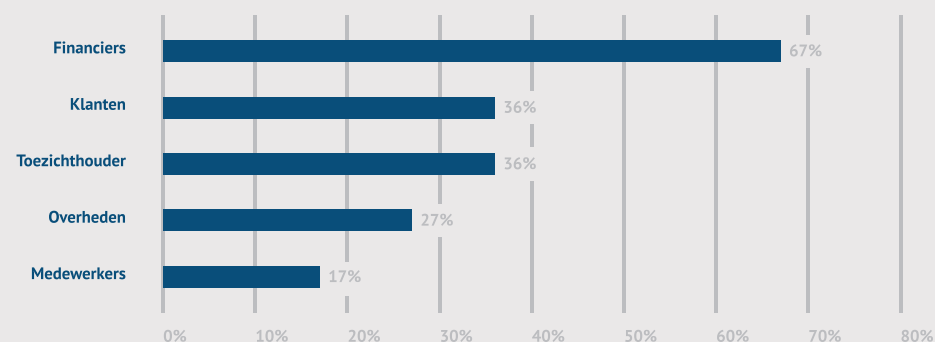


Vragen uw stakeholders om een impactrapportage?

Opvallend is dat de overheid relatief weinig (27%) wordt genoemd als stakeholder die vraagt om een impact rapportage. Dit kan erop duiden dat social enterprises en overheden nog weinig samenwerken.

Tussen stakeholders die vragen om een impact rapportage en sociale ondernemingen die hun impact meten zit een duidelijk verband. Van de bedrijven die hun impact meten wordt van 75% gevraagd om een impactrapportage, 25% meet de impact zonder dat een externe stakeholder hierom vraagt.

Indien uw stakeholders om een impact rapportage vragen, welke zijn dit? Meerdere antwoorden mogelijk



Er zit geen duidelijk verband tussen impactmeting en winstgevendheid, bedrijven die aangeven hun impact te meten zijn niet significant vaker winstgevend.

Motivatie van de ondernemer

Achter iedere sociale onderneming zit een sociaal ondernemer. In deze editie van de Social Enterprise Monitor is verdiept op de motivaties van de ondernemer. Wie is de sociaal ondernemer? Wat vindt hij/zij belangrijk?

Wie is de ondernemer

Vande respondenten is 74% man en 26% vrouw. 74% procent van de ondernemers is ouder dan 35 jaar.

Maatschappelijke motivatie

Gevraagd naar de reden van de oprichting van de onderneming geeft 52% van de ondernemers aan dat dit was om een specifiek maatschappelijk probleem aan te pakken, 19% noemt een positieve bijdrage leveren aan wereld en 15% wil laten zien dat ondernemen en goed doen samen kan gaan.¹⁰ Deze cijfers laten zien dat de motivatie om een bijdrage te leveren (specifiek probleem of algemeen) overheersend zijn bij sociaal ondernemer. Dat strookt met de maatschappelijke missie van een onderneming.

Waarom bent u uw onderneming begonnen?

“Omdat het nodig is. Wij willen namelijk zoveel mogelijk positieve impact voor het milieu realiseren.”

“Omdat wij willen bewijzen dat duurzaam, sociaal en commercieel ondernemerschap prima samen kunnen gaan.”

“We hebben een missie om mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt succesvol naar betaald werk te brengen.”

Voorbeeldrol en ervaring

Gevraagd in hoeverre ondernemers zich in onderstaande stellingen herkent komt een duidelijk beeld naar boven.

¹⁰ Open vraag, achteraf gecategoriseerd

Kunt u bij de volgende stellingen telkens aangeven in hoeverre deze aansluiten bij uw situatie?

■ Niet eens ■ Neutraal ■ Eens

De toenemende ernst van de maatschappelijke problemen in het algemeen hebben bijgedragen aan mijn besluit om een sociale onderneming te beginnen



Een probleem dat ik zelf heb ervaren in de privé sfeer heeft bijgedragen aan mijn besluit om een sociale onderneming te beginnen



Eén of meerdere sociaal ondernemers die al actief waren en die ik persoonlijk kende hebben bijgedragen aan mijn besluit om zelf een sociale onderneming te beginnen



Met mijn onderneming wil ik een voorbeeld vormen voor de maatschappij



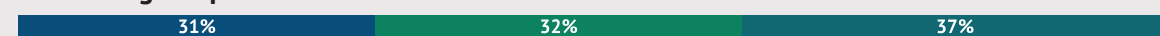
Vóór het starten van deze sociale onderneming had ik al ervaring met ondernemerschap



De activiteiten in mijn onderneming sluiten nauw aan bij activiteiten die ik eerder in mijn carrière heb uitgevoerd



Mijn opvoeding sluit goed aan bij de specifieke uitdagingen die komen kijken bij sociaal ondernemerschap



Ondernemers willen met hun onderneming een voorbeeld zijn voor de maatschappij. De sociaal ondernemer wil dus meer dan een maatschappelijk probleem oplossen, hij wil anderen inspireren zich ook hiervoor in te zetten.

Meer dan de helft van de sociaal ondernemers geeft aan ervaring te hebben met ondernemerschap. Een minderheid (37%) geeft aan dat zijn of haar opleiding goed aansluit bij sociaal ondernemerschap, dat is niet verrassend aangezien er nog nauwelijks opleidingen voor sociaal ondernemerschap zijn.

Onderzoeksverantwoording

De Social Enterprise Monitor 2015 is een verslag van de belangrijkste resultaten uit een enquête die onder de 221 leden (9 januari 2015) van Social Enterprise NL is uitgezet. De vragenlijst bestond uit 41 vragen en stond open tussen 9 januari en 9 maart 2015. 129 respondenten hebben de enquête ingevuld, een respons van 58%. 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.

Leden van Social Enterprise NL voldoen aan de volgende criteria, een social enterprise:

- heeft primair een maatschappelijke missie: impact first;
- realiseert dat doel als zelfstandige onderneming die een dienst of product levert;
- is financieel zelfvoorzienend. Gebaseerd op handel of andere vormen van waarde-uitruil, en is dus beperkt afhankelijk of helemaal onafhankelijk van giften of subsidies.

Met 129 respondenten is dit het grootste onderzoek onder social enterprises in Nederland, de resultaten van deze monitor geven een beeld van de ontwikkeling van de leden van Social Enterprise NL.

Een aantal vragen waren niet verplicht, percentages bij deze vragen zijn berekend aan de hand van het aantal respondenten dat antwoord heeft gegeven.

Dit is de derde editie van de Social Enterprise Monitor. Een groot deel van de vragenlijst is hetzelfde als vorig jaar, deze editie zijn er voor het eerst verdiepende vragen gesteld over de juridische positie van de social enterprise en de motivatie van de ondernemer.

Het doel van de Social Enterprise Monitor is bij te dragen aan de kennisopbouw rondom het begrip sociaal ondernemerschap in Nederland. Sinds 2013 wordt de monitor jaarlijks gepubliceerd.

McKinsey & Company heeft Social Enterprise NL ondersteund in de uitvoering van het onderzoek.

Social Enterprise NL is eindverantwoordelijk voor de resultaten.

Over Social Enterprise NL

Social Enterprise NL is aanjager van de groeiende beweging van sociaal ondernemers die werken aan de economie waarin voor iedereen winst wordt gecreëerd.

Visie

Social Enterprise NL wil een economie die werkt voor mensen: circulair, armoedevrij en inclusief. Dat vraagt innovatieve oplossingen voor de grote maatschappelijke uitdagingen van onze tijd.

Hiervoor zijn ondernemers nodig die geld als middel zien en niet als doel. Sociaal ondernemers, die ondernemen om de wereld te verbeteren. Zij zijn de aanjagers van de nieuwe economie die wij wensen.

Maar ondernemers kunnen het niet alleen. Er is een brede beweging nodig van consumenten, bedrijven, overheden en kapitaalverschaffers die de waarde van social enterprises erkennen zodat deze ondernemingen grote maatschappelijke impact kunnen realiseren.

Missie

Social Enterprise NL wil een Nederlandse social enterprise beweging tot stand brengen met grote maatschappelijke en economische impact.

Contact

Voor meer informatie over deze monitor kunt u contact opnemen met Social Enterprise NL via info@social-enterprise.nl en 020-6264410.

Social Enterprise NL wordt ondersteund door haar *founding partners*: ABN AMRO, Anton Jurgens Fonds, PwC, Stichting DOEN en al haar leden.