

Sociaal ondernemen

Een nieuw fenomeen, een nieuwe samenwerking



Lynn Kuipers: 308161

Carmel Schreuder: 310578

Bachelor rapport Sociaal Pedagogische Hulpverlening

Academie Mens en Maatschappij
Saxion University

Sociaal ondernemen

Een nieuw fenomeen, een nieuwe samenwerking

Bachelor rapport Leerpakket 9.2

Bachelor rapport Sociaal Pedagogische Hulpverlening

Opleiding kwartiel 3 en 4, hoofdfase 2014/2015

Academie Mens en Maatschappij

Saxion Enschede

Docent: Geke Flier

Toetscode: T.A.MM37554

Studenten: Lynn Kuipers: 308161
Carmel Schreuder: 31578

Klas: EMM3V92E

Inhoudsopgave

Voorwoord.....	5
Samenvatting	6
1. Inleiding	8
1.1. Aanleiding	8
1.1. Doelstelling	10
1.1.1. Korte termijn doelstelling.....	10
1.1.2. Lange termijn doelstelling	10
1.2. Vraagstelling	10
1.2.1. Hoofdvraag	10
1.2.2. Deelvragen	10
Leeswijzer	12
2. Theoretisch kader	13
2.1. Sociale onderneming	13
2.2. Kansen en belemmeringen	14
2.3. Samenwerking tussen sociale ondernemingen en studenten.....	18
2.2. Beantwoording deelvragen vanuit theoretisch kader	20
3. Methode van onderzoek.....	22
3.1. Onderzoeksmethode	22
3.2. Onderzoekstype	22
3.3. Populatie	23
3.4. Steekproef.....	23
3.5. Instrumenten	24
3.6. Procedure	24
3.7. Methode van analyseren van gegevens	25
3.8. Betrouwbaarheid	25
3.9. Interne en externe geldigheid	26
3.10. Ethische overwegingen	27
4. Resultaten.....	28
4.1. Respondenten.....	28
4.2. Resultaten	29
4.2.1. Sociaal ondernemen	29
4.2.2. Wet en regelgeving	30
4.2.3. Samenwerking	30
4.2.4. Financiën	31
5. Conclusie	32

5.1. Conclusie deelvragen	32
5.2. Conclusie hoofdvraag	35
6. Aanbevelingen	37
7. Sterktes en zwaktes	38
8. Discussie.....	39
Bibliografie	41
Bijlage 1. Ontwikkelingscriteria beroepshouding.....	43
Bijlage 2. Label- schema	49
Bijlage 3. Operationalisering.....	69
Bijlage 4. Wervingsmail	73
Bijlage 5. Evaluatieformulier opdrachtgever	74
Bijlage 6. Interviewvragen onderzoek.....	76

Voorwoord

Voor u ligt het onderzoeksrapport “sociaal ondernemen”. Tijdens ons laatste studiejaar hebben wij onderzoek gedaan naar de mogelijkheden en beperkingen van de samenwerking tussen studenten van Saxion en sociaal ondernemers.

Voor ons onderzoek hebben wij verschillende sociale ondernemingen geïnterviewd om de gewenste informatie te verzamelen. Wij danken de sociale ondernemingen voor hun inzet vanuit de organisatie en Geke Flier voor haar deskundige begeleiding bij het onderzoek.

Veel plezier met het lezen van dit rapport!

Lynn Kuipers en Carmel Schreuder

Enschede, 30-10-2015

Samenvatting

Het sociaal ondernemen is een nieuwe opkomende vorm van ondernemen. Bij deze vorm van ondernemen is impact op de maatschappij het belangrijkste. Het maken van winst is een ondergeschikt doel. Sociale ondernemingen in Nederland zijn opkomend en volop in ontwikkeling. Het onderzoek maakt gebruik van de Europese definitie (Social Enterprise A, 2013). Deze definitie beschrijft alle factoren van het sociaal ondernemen (hoofdstuk 1 van het onderzoeksrapport). Vanuit de onderzoeksrichting die de opdrachtgever had, is een hoofdvraag geformuleerd. Deze luidt als volgt: Welke mogelijkheden en beperkingen zien sociale ondernemingen met betrekking tot samenwerken met social work studenten van Saxion Hogeschool Enschede?

Voor sociale ondernemers zijn er een aantal belemmering en kansen bekend. Een belemmering is bijvoorbeeld niet stimulerende wet en regelgeving en een kans kan liggen in het samenwerken met studenten of andere partijen. De drie dimensies waar de sociale onderneming zich op moet richten zijn de marktoriëntatie, het maatschappelijke karakter en innovatie (Nicholls, 2008).

Campus (2005) beschrijft dat er sprake is van een lonende samenwerking wanneer beide partijen hier profijt van hebben. Hier wordt ook wel gesproken over de ruiltheorie. Als we kijken naar de theorie kan er worden gesteld dat er een lonende samenwerking kan plaatsvinden tussen sociale ondernemingen en studenten. De student brengt namelijk zijn visie en kennis waar de sociale onderneming profijt van kan hebben. De sociale ondernemingen geeft de student praktijk ervaring en kennis mee. Hierbij worden kennis en ervaringen 'geruild'.

Middels dit onderzoek wordt geïnventariseerd welke beperkingen en mogelijkheden de sociale ondernemingen zien ten opzichte van een samenwerking met studenten. Er is gebruik gemaakt van individuele interviews met de sociale ondernemingen. Er is gekozen voor een kwalitatief survey-onderzoek, omdat dit goed aansluit bij het inventariserende van het onderzoek.

In het onderzoek worden uitspraken gedaan over sociale ondernemingen in Twente en de Achterhoek. Dit is de populatie van het onderzoek. Uit de gehele populatie is een steekproef genomen van 15 sociale ondernemingen. De sociale ondernemingen voor de steekproef zijn gevonden doormiddel van het internet en het 'sneeuwbaleffect'.

De resultaten, die zijn voortgekomen uit de interviews, zijn erg uiteenlopend. Ondanks de verscheidenheid in de resultaten springen een aantal thema's naar voren. Deze hoofdthema's zijn: Sociaal ondernemen, wet en regelgeving, samenwerking tussen sociale ondernemingen en social work studenten en financiën. Aan de hand van deze hoofdthema's worden de resultaten weergegeven. In totaal zijn zes respondenten geïnterviewd.

Een conclusie die getrokken kan worden met behulp van de resultaten is dat de respondenten positief zijn over een samenwerking met studenten. Daarnaast zijn zij ook te spreken over het integreren van sociaal ondernemingschap in het hoger beroeps onderwijs (HBO).

De gebieden waar sociale ondernemingen ondersteuning in zouden willen van studenten zijn; marketing, efficiëntie en financiën. De sociale ondernemingen zullen baat hebben bij ondersteuning op deze gebieden. Studenten moeten vanuit Saxion voldoen aan een aantal criteria zoals proactief zijn, handelingsgericht zijn, over grenzen heen kijken, innovatief zijn, het goed samenwerken en afstemmen (bijlage 1). Deze criteria zijn bijvoorbeeld goed te koppelen aan het goed communiceren en het kunnen overtuigen van de sociale waarde van de onderneming. Verder kunnen deze worden ingezet bij het bouwen van goede partnerschappen en zorgen voor goede en succesvolle interventies (Bloom, 2012).

Ook kunnen studenten een bijdrage leveren in vernieuwing omdat studenten leren innovatief te denken. Daarmee kunnen zij een frisse blik werpen op een sociale onderneming en ondersteuning bieden bij het blijven vernieuwen.

Uit de resultaten is naar voren gekomen dat studenten naast ondersteuning bieden ook stages kunnen lopen, opdrachten of een plan van aanpak maken binnen de sociale ondernemingen. Sociale ondernemingen hebben zich geuit over de verwachting die zij hebben ten opzichte van de studenten; gemotiveerde studenten met duidelijke leerdoelen die hun voortgang inzichtelijk maken en daarover kunnen evalueren.

Naar aanleiding van de conclusie kunnen er een aantal aanbevelingen worden gedaan. Ten eerste is er door een respondent genoemd dat de begeleiding vanuit Saxion tijdens de stageperiodes verbeterd kan worden. Er kan worden aanbevolen dat de begeleiding frequenter en intensiever wordt. Ten tweede is er naar voren gekomen dat sociaal ondernemers veel voordelen zien in het opzetten van bijvoorbeeld een uitstroomprofiel over het sociaal ondernemen zodat studenten meer kennis krijgen over het sociaal ondernemen. Ten derde zou het een mooi vervolg zijn als studenten meer gestimuleerd worden vanuit Saxion, om een rol te spelen in sociale ondernemingen. Hierbij kunt u denken aan: Stage, Bachelor onderzoek of een minor. Ten slotte kan er een vervolg onderzoek gedaan worden van explorerende aard.

1. Inleiding

Dit hoofdstuk is de inleiding van het onderzoek. De aanleiding zal duidelijk maken waarom dit onderzoek is gedaan en voor welke opdrachtgever. Met behulp van de doelstelling en vraagstelling is inzichtelijk gemaakt welke richting het onderzoek heeft. De korte termijndoelstelling van het onderzoek is de basis. De leeswijzer zal inzicht geven over de indeling van het onderzoeksrapport. Deze is te vinden aan het eind van dit hoofdstuk.

1.1. Aanleiding

““We leven niet in een tijdperk van verandering, maar in een verandering van tijdperken.” Deze quote van Herman Verhagen in zijn boekje *De Duurzaamheidsrevolutie* typeert de tijdsgeest op rake wijze (Verhagen, 2011). Onze samenleving is in een overgangsfase en bevindt zich op een kantelpunt. Van een verticale, centrale en verzuilde samenleving naar een horizontale, decentrale netwerksamenleving. In deze kantelperiode worden oude systemen afgebroken en nieuwe opgebouwd. Oude waarden verdwijnen, nieuwe waarden ontstaan. Dit gaat gepaard met pijn, angst en verlies, maar ook met hoop, geloof en vertrouwen”, (Rotmans, 2012, p.6).

De samenleving is aan het veranderen van verzorgingssamenleving naar participatiesamenleving. Door die verandering nemen en krijgen sociaal ondernemers meer ruimte. Ze spelen een rol in het omvormen van de traditionele verzorgingsstaat naar participatiestaat (Sterk, Specht, & Walraven, 2013). In die participatiesamenleving worden sociaal ondernemers gezien als *changemakers*. Het zijn de veranderaars die zich richten op het aanpakken van de dagelijkse maatschappelijke problemen in de leefomgeving (Sterk, Specht, & Walraven, 2013).

Het sociaal ondernemen heeft als doel om de wereld te verbeteren. Sociale ondernemers hebben de missie om het bedrijf voorop te stellen en hierbij is geld verdienen van secundair belang. Sociale ondernemingen worden ook wel social enterprises genoemd. Een sociale onderneming kan zich in elke sector van het bedrijfsleven bevinden. Hieronder vindt u de (Europese) definitie van een sociale onderneming/social enterprise.

“Een sociale onderneming/social enterprise:

1. Heeft primair een maatschappelijke missie: Impact first!
2. Realiseert dat doel als zelfstandige onderneming die een dienst of product levert;
3. Is financieel zelfvoorzienend gebaseerd op handel of andere vormen van waarde-uitruil, en dus beperkt of onafhankelijk van giften of subsidies;
4. Is sociaal in de wijze waarop de onderneming wordt gevoerd:
 - winst mag, maar de financiële doelen staan ten dienste van de missie, het vergroten van de maatschappelijke impact. Winstneming door eventuele aandeelhouders is redelijk
 - bestuur en beleid zijn gebaseerd op een evenwichtige zeggenschap van alle betrokkenen
 - fair naar iedereen
 - bewust van haar ecologische voetafdruk
 - is transparant” (Social Enterprise A, 2013)

Het doel van een sociale onderneming is dus niet om geld te verdienen. Het hoofddoel van een sociale onderneming is om impact te creëren op de maatschappij. Een sociale onderneming is echter wel een bedrijf en levert een product of dienst en heeft een verdienmodel.

Sociale ondernemingen/social enterprises zijn een internationaal fenomeen. “De zogenaamde Sociale Economie creëert maar liefst 6% van de totale Europese werkgelegenheid. Dat komt neer op zo’n 11 miljoen arbeidsplekken binnen de Europese Unie” (Social Enterprise A, 2013).

In landen zoals Italië, België, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk (UK) bestaat er een integrale aanpak om sociale ondernemingen vanuit de overheid te ondersteunen. Het Verenigd Koninkrijk heeft in Europa het meest omvangrijke en integrale pakket aan stimuleringsmaatregelen. Ook worden er op juridisch gebied stappen ondernomen in de UK, zoals het creëren van een speciale juridische eenheid voor social enterprises; de Community Interest Company (CIC). Met die speciale juridische eenheid voor social enterprises creëert de overheid ruimte voor de sociale ondernemingen (Social Enterprise, 2013).

Nederland loopt in vergelijking met het buitenland behoorlijk achter op het gebied van sociaal ondernemen. Hier lijkt echter verandering in te komen. De oorzaak van deze verandering ligt waarschijnlijk in meer zichtbaarheid in de media en het publieke debat. Ook is de werkgelegenheid bij sociale ondernemingen in Nederland aanzienlijke gestegen in de afgelopen twee jaar. Dit is naar schatting zo’n 25% geweest (Social Enterprise C, 2013).

In Nederland is er relatief weinig data beschikbaar over de sociaal onderneming sector in Nederland. In Nederland best bestaat er geen objectief keurmerk voor sociale ondernemingen en bij de Kamer van koophandel ontbreekt een verplichte toets die toetst of er een sociale missie wordt gevoerd (Social Enterprise F, 2013).

Sociale ondernemingen zijn van waarde voor de maatschappij en spelen een steeds grotere rol binnen de samenleving, wereldwijd. In Nederland kan er nog veel ontwikkeling plaatsvinden binnen deze tak van ondernemen, bijvoorbeeld de zichtbaarheid van de sociale ondernemingen vergroten omdat deze zeer beperkt is (Social Enterprise C, 2013). Om het sociaal ondernemerschap meer onder de aandacht te brengen en de ontwikkeling te stimuleren is het van belang de beginnende professionals (studenten) inzicht te geven in het sociaal ondernemerschap. Een samenwerking tussen sociale work studenten en sociale ondernemers ligt daarom voor de hand en zou een bijdrage kunnen leveren aan de ontwikkeling van de sociale ondernemingen binnen de samenleving. Sociaal ondernemen is interessant voor social workers, omdat sociale ondernemingen veel aandacht besteden aan de sociale kant en de maatschappelijke missie. Daarnaast is sociaal ondernemen voor social workers interessant omdat de werkgelegenheid binnen instellingen aanzienlijk is gekrompen (Binnenlands bestuur, 2012). Door meer zichtbaarheid en kennis kunnen studenten de kans krijgen om zelf een sociale ondernemingen te starten (G. Flier, persoonlijke mededeling, 5 maart 2015).

De oorsprong van het onderzoek is ontstaan vanuit het contact met de opdrachtgever en docent van het college ‘bachelor onderzoek’, Geke Flier. Geke Flier is zelf actief binnen een sociale onderneming en heeft veel affiniteit met het onderwerp en de ontwikkeling binnen deze tak. Er is naar voren gekomen dat er

interesse is in een samenwerking tussen sociale ondernemingen en social work studenten van Saxion. Van deze samenwerking zullen beide partijen baat hebben doordat studenten meer bekendheid krijgen met het sociaal ondernemerschap en ook veel leerervaring opdoen. Hiernaast worden sociale ondernemingen geholpen door nieuwe inzichten en hulp bij verdere ontwikkeling.

Met dit onderzoek wordt geïnventariseerd welke mogelijkheden en beperkingen sociale ondernemers zien m.b.t. samenwerking met social work studenten.

1.1. Doelstelling

De doelstelling van dit onderzoek is opgedeeld in de korte termijn doelstelling en de lange termijn doelstelling. Dit onderzoek is inventariserend, en heeft dus vooral als doel om informatie te verzamelen. De mening van sociaal ondernemers over de mogelijkheden en beperkingen in de samenwerking met studenten in kaart brengen. Dit is het doel op de korte termijn. Op de lange termijn zullen die uitkomsten een bijdrage leveren aan verder onderzoek en om die eventuele samenwerkingen, tussen sociale ondernemingen en studenten, in gang te zetten.

1.1.1. Korte termijn doelstelling

Korte termijn doelstelling

Inventariseren welke mogelijkheden en beperkingen sociale ondernemingen zien met betrekking tot samenwerken met social work studenten van Saxion Enschede.

1.1.2. Lange termijn doelstelling

Lange termijn doelstelling

Ontstaan van een samenwerking tussen social work studenten van Saxion en sociale onderneming waardoor er een bijdrage wordt geleverd, door de studenten, aan het ontwikkelen en uitvoeren van taken en doelen van een sociale onderneming.

1.2. Vraagstelling

In deze paragraaf is de vraagstelling weergegeven. Deze is gemaakt aan de hand van de aanleiding van het onderzoek en de hoofdvraag.

1.2.1. Hoofdvraag

De hoofdvraag luidt als volgt:

Welke mogelijkheden en beperkingen zien sociale ondernemingen met betrekking tot samenwerken met social work studenten van Saxion Enschede?

1.2.2. Deelvragen

De deelvragen luiden als volgt:

Theoretische deelvragen:

1. Wat is sociaal ondernemen?
2. Welke kansen en belemmeringen ondervinden de verschillende sociaal ondernemers?
3. Welke bijdrage kunnen studenten leveren aan sociale ondernemingen?

Praktijk deelvraag:

1. Wat is sociaal ondernemen volgens sociaal ondernemers?
2. Welke kansen en belemmeringen ondervinden de verschillende sociaal ondernemers in Twente en Achterhoek?
3. Welke mogelijkheden kunnen sociale onderneming bieden aan social work studenten zodat zij een bijdrage aan de praktijk te kunnen leveren?

Leeswijzer

Dit onderzoeksrapport is ingedeeld in hoofdstukken. Per hoofdstuk zullen er een aantal paragrafen zijn. Het onderzoeksrapport is gestart met de inleiding. Daarin zijn de aanleiding van het onderzoek, de doelstelling en de vraagstelling aanbod gekomen, zoals u al heeft kunnen lezen. Daarna volgt het theoretisch kader. Daarin zullen de deelvragen theoretisch worden beantwoord. Hoofdstuk drie gaat over de onderzoeksmethode. In dat hoofdstuk wordt uitgelegd welke onderzoeksmethode, steekproef en populatie binnen het onderzoek gebruikt zijn. Na dit hoofdstuk komen de resultaten aanbod, hoofdstuk vier. Met een korte uitleg van het hoofdstuk zullen de resultaten worden besproken. In hoofdstuk vijf zal de conclusie van de deelvragen en vervolgens van de hoofdvraag worden weergegeven. De aanbevelingen volgen hierna in hoofdstuk zes. Deze komen voort uit de conclusie. Het onderzoek bevat sterkte en zwakte punten en die komen aanbod in hoofdstuk zeven. Als laatste kunt u de discussie lezen die is voortgekomen uit het onderzoek.

2. Theoretisch kader

Het theoretisch kader is voortgekomen uit de deelvragen. De deelvragen worden door middel van literatuur, voor zover mogelijk, beantwoord.

2.1. Sociale onderneming

Het begrip sociaal ondernemen wordt te pas en te onpas gebruikt. Dit komt vooral omdat deze vorm van ondernemen erg in de belangstelling staat. Het begrip wordt daardoor ruimer ingezet waardoor er verschillende benamingen ontstaan voor ondernemers die een maatschappelijke verbetering willen realiseren. Zoals hierboven is gezegd is het begrip sociaal ondernemen ruim en vervagen de scheidslijnen (Franssen & Scholten, 2011). Er zijn daardoor veel verschillende interpretaties van het begrip sociaal ondernemen. Sociale ondernemingen vormen een nieuwe sector. Ze nemen namelijk een positie in tussen de overheid, commerciële bedrijven en charitatieve instellingen (goede doelen) (Social Enterprise A, 2013). Door het voorop stellen van de maatschappelijke missie boven de financiële doelen, onderscheiden sociale ondernemingen zich van traditionele commerciële bedrijven. Charitatieve instellingen daarentegen zijn afhankelijk van donaties en subsidies en hebben louter de maatschappelijke missie voor ogen (Social Enterprise C, 2013).

In dit onderzoek wordt de Europese definitie van sociaal ondernemen gebruikt (Social Enterprise A, 2013). De maatschappelijk missie is van primair belang. Het secundaire of onderschikte belang is het maken van winst. Er wordt gezocht naar een balans tussen respect voor de sociale kant, economische prestaties en de ecologische randvoorwaarden (maatschappij). Die balans leidt vaak tot betere resultaten voor zowel het bedrijf als de samenleving (Participatiegids, 2015). De Europese definitie (Social Enterprise A, 2013) van een sociale onderneming wordt beschreven door middel van vier uitgangspunten. In de aanleiding van dit onderzoek zijn deze vier uitgangspunten te lezen.

Gregory Dees (1998) is een van de belangrijkste grondleggers en ontwikkelaars geweest van de definitie sociaal ondernemen. Hij stelt sociaal ondernemerschap gelijk aan betere of nieuwe ideeën voor het creëren van sociale waarde (Franssen & Scholten, 2011). Hij noemt de sociale ondernemers 'changes agents', omdat de sociaal ondernemers niet terugschrikken van het realiseren van sociale doelen door middel van nieuwe en verfrissende manieren. Volgens Gregory (1998) is kenmerkend voor sociaal ondernemen dat sociaal ondernemers zich bedienen met onderdelen uit het bedrijfsleven. Daarmee kunnen de sociaal ondernemers hun sociale missie/doel op een effectieve en kosteloze manier realiseren (Franssen & Scholten, 2011).

Volgens Charles Leadbeater (1997) kan de waarde van sociale ondernemers in drie hoofdfactoren worden beschreven. Daarover zegt hij het volgende: 'In the short run; social entrepreneurs may bring measurable benefits to the wider economy by creating jobs, generating output or saving on public spending; " in the medium run, they have great value as potential models for the reform of the welfare state, if they can work more productively in alliance with the public sector their more important long run contribution is their ability to create and invest social capital",

(Leadbeater, 1997, p. 25). Hij geeft de waarde weer die sociale ondernemers in de samenleving kunnen geven.

Het ondernemerschap, in zijn algemeenheid, is een belangrijke bron voor variatie in de economie. Er wordt door de ondernemers geëxperimenteerd met nieuwe combinaties van bestaande inzichten en materialen, die zullen leiden tot verbeterde producten of tot geheel nieuwe producten (Regeringsbeleid, 2008). Dit sluit aan bij de mening van Gregory Dees (Dees, 1998). Omdat de sociale ondernemers gebruik maken van onderdelen uit het bedrijfsleven kunnen zij de sociale missie realiseren en het ondernemingschap leidt tot de nieuwe of verbeterde producten. Die onderdelen uit het bedrijfsleven zijn bijvoorbeeld een businessmodel en goed gebruik van de marktwerving (Bloom, 2012)

Zoals eerder gezegd, wordt de maatschappelijke missie van de sociale onderneming voorop gesteld. Een maatschappelijk belang of maatschappelijk missie, kan door zowel de overheid maar ook door anderen worden geformuleerd. De realisatie van dat maatschappelijk belang kan worden overgelaten aan of voortvloeien uit particulier initiatief. Dat wil echter niet zeggen dat ieder willekeurig belang tot maatschappelijk belang kan worden verklaard. Helder (2014) zegt het volgende over het maatschappelijke belang: “De kwalificatie van een bepaald belang als maatschappelijk belang dient te worden gedragen door een groep personen van een zekere substantiële omvang, waarbij het desbetreffende belang zich niet tot het belang van die groep beperkt” (Helder, 2014, p.95). Een maatschappelijk belang is geen persoonlijk belang en geen groepsbelang maar dit kan wel parallel lopen aan een persoonlijk of groepsbelang.

Het maatschappelijk belang is een onderdeel van het sociaal zijn van een sociale onderneming, maar de Europese definitie (Social Enterprise A, 2013) geeft nog andere factoren aan waar een sociale onderneming sociaal in kan zijn. Dat is bijvoorbeeld in het bestuur en beleid. Dit is gebaseerd op een gelijk evenwichtig zeggenschap van alle betrokken partijen: eerlijkheid naar iedereen, de sociale onderneming moet zich bewust zijn van haar ecologische voetafdruk en transparantie. Dit zijn factoren voor het sociale onderdeel van een sociale onderneming (Social Enterprise A, 2013).

2.2. Kansen en belemmeringen

Voor de sociale ondernemingen liggen de kansen op verschillende gebieden. Stimulerende wet- en regelgeving is de eerste. Momenteel is de wet- en regelgeving in Nederland een belemmering voor sociale ondernemingen, maar daar ligt kans voor sociale onderneming. Door het aanpassen van de wet- en regelgeving ontstaat er meer ruimte voor sociale ondernemingen, dit kan bijvoorbeeld door belemmerende maatregelen aan te passen en nieuwe regels op te stellen. In vergelijking met andere landen creëert Nederland minder ruimte voor sociale ondernemingen. Een voorbeeld van wet- en regelgeving die ruimte creëert voor sociaal ondernemers is het creëren van een specifieke rechtsvorm of het opstellen van specifieke regels voor aanbestedingen (Social Enterprise B, 2013). Een voorbeeld is een fiscaal voordeel voor sociale ondernemingen door BTW verlaging op geproduceerde goederen en diensten. Dit wordt toegepast in België. In Italië hebben ze een speciale juridische eenheid om sociale ondernemingen te steunen (Social Enterprise D, 2013). Naast de wet- en regelgeving wordt ook het overheidsbeleid genoemd als belangrijkste obstakel voor de groei van de sociale onderneming. De gebieden waar die obstakels

zich bevinden zijn het aanbestedingsbeleid, regels rondom werken met mensen met een arbeidsbeperking en beleidsinconsistentie (Social Enterprise, 2015).

Het ontbreken van kapitaal is volgens sociaal ondernemers zelf het grootste obstakel om een sociale onderneming op te starten of te laten groeien. Het ontbreekt hen aan startkapitaal en groeikapitaal. Sociale ondernemingen hebben vaak nieuwe businessmodellen waarbij het risico hoog is en het financieel rendement matig is. Daardoor is de toeging tot het verkrijgen van kapitaal niet makkelijk. Dat wordt nog versterkt door de sociale missie die sociale ondernemingen voorop stellen en het dus langer duurt voordat ze uit de kosten zijn, in vergelijking met bedrijven die de financiële component voorop hebben staan (Social Enterprise E, 2013).

Een voorwaarde voor een (sociale) onderneming is financiële gezondheid. Dat is ook het geval voor sociale ondernemingen die de maatschappelijke impact als doel hebben en waarbij het financiële gedeelte niet op de eerste plaats staat. De belemmering daarin is het verkrijgen van kapitaal zoals eerder beschreven. In Nederland is er behoefte aan meer investeerders die willen investeren in sociale ondernemingen. Die investeerders zullen de maatschappelijk waarde van de sociale onderneming moeten meewegen in hun investeringsbeslissing. Een opkomende manier voor ondernemers om te komen aan kapitaal is *crowdfunding*. Dit is een nieuwe vorm van financiering (Rabobank, 2013) en vormt kansen voor sociaal ondernemers. Met *crowdfunding* spreken ondernemers de menigte/massa aan om hun kredietbehoefte aan te vullen. Doordat ondernemers met *crowdfunding* een grote groep investeerders aanspreekt is dit een dynamische vorm van financiering (Crowdfunding.nl, 2014).

Sociale ondernemingen worden nog niet altijd herkend als zijnde een sociale onderneming. Een duidelijk beeld waar de sociale ondernemingen zich bevinden is er nog niet en de sector gaat zich pas vormen als er een duidelijk beeld is van de sector sociaal ondernemen. Als het sociaal ondernemen inhoudelijk duidelijk wordt voor de maatschappij zal deze sector erkend worden voor maatschappelijk impact die gemaakt wordt (Social Enterprise B, 2013). De rechtsvorm voor een sociale onderneming is niet vastgelegd. Een sociale onderneming kan bijvoorbeeld vast gelegd zijn als stichting, BV of coöperatie.

De rechtsvorm sociale onderneming bestaat wettelijk niet waardoor sociale ondernemingen minder snel worden herkend (Ondernemersplein, 2014). Omdat de rechtsvorm sociaal onderneming niet bestaat en sociaal ondernemers een rechtsvorm moeten kiezen als BV of coöperatie, wordt er geen recht gedaan aan de identiteit van een sociale onderneming (Regeringsbeleid, 2008).

Een stichting, bijvoorbeeld, kent geen leden of aandeelhouders en kan daarom niet het vermogen aantrekken van investeerders. Er ligt een wettelijk verbod op het doen van uitkering aan oprichters, bestuurders en anderen personen die deel uitmaken van een orgaan van de stichting waardoor een beloning voor de ondernemer voor zijn ondernemingsrisico lastig is. Ook de rechtsvorm BV heeft zijn nadelen. Een BV wordt wettelijk en maatschappelijk gezien als winstmakend en vergeleken met een sociale onderneming spreekt dit elkaar tegen. Daarnaast zal de sociale missie bij een de rechtsvorm BV niet worden beschermd. Gezien de definitie van een sociale onderneming zal de sociale missie juist beschermd en gezien moeten worden.

Een coöperatie is ook een rechtsvorm die gebruikt kan worden. Deze rechtsvorm heeft een grotere gunfactor in vergelijking met een BV, maar een coöperatie is niet geschikt voor alle sociale ondernemingen (Hillen, Panhuijsen, & Verloop, 2014).

In het artikel 'Maatschappelijk onderneming en social enterprise' (Helder, 2014) zegt de schrijver het volgende over de rechtsvorm coöperatie: "Bij een coöperatie rijst vaak de vraag wie daarvan de leden dienen te zijn. Daarmee samenhangend rijzen in de praktijk bovendien problemen bij het aantrekken van een financiering die passend is in relatie tot de gewenste positie van de investeerder in de governance van de rechtspersoon. Soms wordt daarom de toevlucht genomen naar een complexe en weinig transparante juridische structuur met een stichting die zich in de media en in het maatschappelijk verkeer presenteert terwijl de activiteiten plaatsvinden voor rekening en risico van een B.V" (Helder, 2014, p.93). Uit dit citaat is op te maken dat ook een coöperatie als rechtsvorm niet geheel aansluit bij een sociale onderneming. Alle drie de rechtsvormen geven een sociale onderneming niet de ruimte om zich te kunnen uiten op de manier waarop zij dat zouden moeten kunnen. "Dat alles pleit voor de ontwikkeling van een eigen rechtsvorm voor de social enterprise" (Helder, 2014, p.94).

In andere landen wordt een aparte rechtsvorm gebruikt zodat de sociale onderneming niet alleen als entiteit te her- en erkennen is maar ook om de hierboven genoemde nadelen uit te sluiten en stimulering op fiscaal gebied mogelijk te maken. Door de sociale onderneming te splitsen van andere bedrijven kan er meer gekomen worden tot een specifiek stimuleringsbeleid (Hillen, Panhuijsen, & Verloop, 2014). In Nederland pleit de Sociaal Economische Raad (SER) voor meer en betere samenwerking tussen sociale ondernemingen. Veel sociale ondernemingen bevinden zich in de startfase en dat geldt ook voor hun samenwerkingsverbanden en platforms. SER zegt dat door een samenwerking tussen sociale ondernemingen deze sociale ondernemingen zich gezamenlijk op de kaart zetten en instrumenten ontwikkelen voor onder andere impactmeting (SER, 2015).

In de afgelopen jaren zijn Harvard, Stanford en INSEAD in Engeland samen gaan werken met de Schwab Foundation. Zij willen het opleiden in het sociaal ondernemen en het onderzoek doen naar sociaal ondernemen stimuleren. Hiernaast is het Skoll Centre voor sociaal ondernemers op de Saïd Business School op Oxford bezig met het stimuleren van innovatieve sociale ondernemingen door middel van kennis, onderzoek en samenwerkingen (McKinsey & Company, 2011).

Er zijn in Nederland ook verschillende organisaties en initiatieven die sociale ondernemingen steunen. Dit zijn onder andere opleidingsinstanties en coaches zoals ACE Amsterdam, Oranje Fonds Groeiprogramma, GreenWish, Kirkman Company en Knowmads. Verder zijn er investeerders die voor kapitaal kunnen zorgen zoals Triodes Bank, Toniic, Dutch Greentech Fund, PYMWYMIc en de Noaber foundation. Onderzoekers zoals Nyenrode Business University en Erasmus University Rotterdam willen transparantie creëren. En ten slotte streven Greenwish, De Groene Zaak en Duurzame Energie Koepel ernaar om de wet en regelgeving te verbeteren voor sociale ondernemingen (McKinsey & Company, 2011).

Om de sector van het sociaal ondernemen te stimuleren en te laten groeien hebben we in Nederland steun nodig van mediators, investeerders en de overheid. Op de volgende gebieden is er nog ontwikkeling nodig

- promotie: de zichtbaarheid van de sector in Nederland
- educatie: kennis, kunde & talent
- steun: steun van management bij het ontwikkelen van een business model, coaching en relevante netwerken
- kapitaal: toegang tot groeikapitaal en mediators
- richtlijnen: (inter)nationaal standaarden voor het meten van financiële en maatschappelijke impact
- Erkenning en steun van de overheid: kansen bieden voor groei van sociale ondernemingen

(McKinsey & Company, 2011)

De sector van het sociaal ondernemen zal naast boven genoemde punten ook meer kennis, kunde en talent moeten genereren. Dat begint bij het onderwijs en onderzoek naar sociale ondernemingen. Als er geïnvesteerd wordt in kennis en kunde zal dat de sector op lange termijn gaan helpen. Internationaal gezien ligt Nederland achter op die ontwikkeling (Social Enterprise B, 2013). Er zullen nieuwe opleidingen en specialisaties moeten worden ontwikkeld om een beroep te doen op het talent. Zo zullen hoge scholen meer kunnen gaan inspelen op het sociaal ondernemen. Binnen Saxion Hogeschool Enschede wordt er nagedacht over het uitstroomprofiel sociaal ondernemen en door middel van onderzoeken die zijn gedaan door studenten is naar voren gekomen wat de Hogeschool nodig heeft om dit te realiseren (Lummen, van Echten, & Stormink, 2015).

In Nederland wordt vooral het genereren van inkomsten gezien als een lastig punt in de groei van de onderneming en het succesvol worden van de onderneming. Ondanks dat lastige punt horen sociale ondernemingen in hoge mate financieel zelfvoorzienend te zijn. Uit onderzoek van McKinsey & Company (2011) komt naar voren dat sociale ondernemingen die niet afhankelijk zijn van subsidies het verkrijgen van kapitaal een kleinere opgave vinden dan sociale ondernemingen die wel afhankelijk zijn van subsidies. 44% van de sociale ondernemingen die niet afhankelijk zijn van subsidies ziet financiering als een obstakel in vergelijking met 72% van de sociale onderneming die wel afhankelijk zijn van subsidies. Ook komt er naar voren dat zeer innovatieve sociale ondernemingen een grotere kans hebben op het maken van winst, maar ook een grotere kans hebben op het verliezen van geld (McKinsey & Company, 2011).

Als problemen binnen de samenleving veranderen of complexer worden en de bestaande systemen niet meer werken, kan innovatie een belangrijke rol gaan spelen. In het boek Social Entrepreneurschap van Nicholls (2008) komt duidelijk naar voren dat innovatie een van de belangrijkste aspecten is binnen het sociaal ondernemen. Sociaal ondernemers opereren midden in de maatschappij en zijn derhalve goed op de hoogte van nieuwe maatschappelijk ontwikkelingen. (Sociale) innovatie kan gezien worden als een middel/ideeën om de doelen te bereiken die een sociale onderneming heeft en die samenhangen met die maatschappelijke veranderingen. Door de maatschappelijk betrokkenheid van sociaal ondernemers kunnen zij vroegtijdig signaleren wanneer een discrepantie ontstaat tussen wat mensen nodig hebben en wat daadwerkelijk wordt aangeboden door de overheid en private organisaties (Sanders, Mulgan, Ali, & Tucker, 2007). Ook dan bied innovatie mogelijkheden om hier mee om te gaan. Sociale ondernemingen leveren innovatieve oplossingen voor complexe vraagstukken (Participatiegids, 2015). Daarnaast gaat

het nut van innovatie verder dan alleen economisch nut. Innovatie is ook het oplossen van maatschappelijke problemen. Dat is voor het sociaal ondernemingschap het belangrijkste van innovatie. De economische noodzaak van innovatie is zichtbaar in de ontwikkeling van productiviteit. Deze is nodig voor groei en welvaart. Maar innovatie kan ook uitkomsten hebben die niet altijd gunstig zijn. Het kan onvoorzien negatieve effecten aan het licht laten komen, of zelfs onbeheersbare cascade- effecten (Regeringsbeleid, 2008).

Een sociale onderneming moet zich richten op drie dimensies om succesvol te worden, dit zijn de marktoriëntatie, maatschappelijk karakter en innovatie. Volgens Nicholls creëert sociale innovatie sociale waarde als het mensen toestaat problemen op te lossen die zonder sociale ondernemers onoplosbaar zouden zijn (Nicholls, 2008). Dat maakt sociale ondernemers van maatschappelijk belang. Marktoriëntatie betekent voor een onderneming het verkrijgen van een sterke positie binnen een bepaalde markt. Die bepaalde markt is de markt waarbinnen de sociale onderneming hoort. Het product of dienst die de sociaal onderneming aanbiedt is afgestemd op de wensen en behoeften van de doelgroep en afgezet tegen het aanbod van concurrenten. Binnen sociale ondernemingen die producten leveren speelt marketing een dominantere rol in vergelijking met sociale ondernemingen die diensten leveren (Rietveld & Klinkenberg, 2002). Het maatschappelijk karakter van een sociale onderneming neemt een prominente plek in zoals al beschreven is in paragraaf 2.1. *sociale onderneming*.

2.3. Samenwerking tussen sociale ondernemingen en studenten

Organisaties kunnen gaan samenwerken om verschillende redenen. Een samenwerking kan ontstaan omdat deze lonend is voor beide bedrijven of omdat de samenwerking wordt opgedragen. Daarnaast kan een samenwerking ook vanzelfsprekend zijn. Als een samenwerking ontstaat doordat beide bedrijven hier profijt van hebben is dat een lonende samenwerking. Dat wil zeggen dat de baten de kosten overtreffen. Er wordt ook wel gesproken over de ruiltheorie (Lannoo Campus, 2005). Bij een sociale onderneming zullen de economische baten niet voor op staan, maar dat betekent niet dat de baat-kosten verhouding weg valt. Deze is wel degelijk aanwezig.

Een samenwerking kan ook ontstaan door gelijk gezindheid, gemeenschappelijke traditie en inspiratie. Een samenwerking heeft de meeste kans van slagen als alle drie de drijfveren gecombineerd aanwezig zijn (Lannoo Campus, 2005).

Een samenwerking tussen sociaal ondernemers en studenten zal een samenwerking zijn waarin beide partijen geloond worden. De student zal praktijk ervaring op gaan doen op het gebied van sociaal ondernemen en de sociaal onderneming zal ondersteuning kunnen krijgen van de student. Deze ondersteuning zou waardevol kunnen zijn omdat de student vooral theoretische kennis heeft en met een andere invalshoek zou kunnen kijken naar zaken binnen een sociale onderneming. Wat een grote rol speelt binnen deze samenwerking is inspiratie (Lannoo Campus, 2005). De sociaal ondernemer kan geïnspireerd worden door de student maar dat zou ook andersom kunnen gebeuren. De student raakt geïnspireerd door de sociaal ondernemer voor het sociaal ondernemen.

Om te bepalen wat de student de sociaal ondernemer kan geven aan kennis is er gebruik gemaakt van de ontwikkelcriteria die binnen de Academie Mens en Maatschappij gehanteerd worden. Voor elk studie jaar is vast gelegd wat een student moet kunnen na het eerste studie jaar, tweede studie jaar, derde en vierde studie jaar. Dat zijn de ontwikkelcriteria beroepshouding [Interne publicatie]. Deze zijn gebaseerd op de beroepshouding van een maatschappelijk werker en sociaal pedagoog (social work). Het formulier dat Saxion daarvoor heeft gemaakt is te vinden in bijlage 1. *Ontwikkelcriteria beroepshouding*. Dit formulier heeft acht verschillende ontwikkelcriteria en per criteria wordt beschreven waar de student aan moet voldoen. De acht ontwikkelcriteria luiden als volgt; Stelt de vraag van burgers en cliënt centraal; is proactief; is betrokken en toegankelijk; is handelingsgericht; laat regie bij de burgers/cliënten; kijkt over grenzen heen en is innovatief; werkt samen en stemt af; professionele dialoog en reflectie.

Zoals hiervoor beschreven zouden social work studenten en sociale ondernemingen elkaar veel kunnen bieden in een eventuele samenwerking. Sociale ondernemingen willen zich graag ontwikkelen en soms ook op een grotere schaal problemen aanpakken. Om een sociale ondernemingen succesvol te laten zijn en om te groeien heeft de onderneming een aantal dingen nodig. Social work studenten zouden sociale ondernemingen hierin kunnen ondersteunen. De kennis die de studenten hebben opgedaan in de opleiding kan binnen de sociale onderneming gebruikt worden om zich te ontwikkelen. Tegelijkertijd kunnen studenten veel kennis en ervaring opdoen met het werken in een onderneming.

Het opschalen van een sociale onderneming is ontzettend moeilijk. Het vergt veel discipline, hard werk en creativiteit. Alleen kapitaal kan er niet voor zorgen dat een sociale onderneming het (op een grotere schaal) goed zal doen. Bloom (2012) spreekt over 7 gebieden waarop de sociale onderneming goed moet functioneren om succesvol te kunnen zijn. dit zijn:

- *Staffing*. Goed personeel kunnen werven, trainen en managen.
- *Communicating*. Goede communicatie over bijvoorbeeld potentiële donoren, partners, personeel e.a. kunnen overtuigen van de sociale waarde van de onderneming.
- *Alliance building*. Goede partnerschappen en allianties vormen (lokale betrokkenheid).
- *Lobbying*. Goed kunnen lobbyen voor de beoogde sociale impact.
- *Earnings-generation*. Genereren van inkomsten. Een business model.
- *Replicating*. Voor replicatie van succesvolle interventies kunnen zorgen door middel van goede systemen en procedures.
- *Stimulating market forces*. Goed gebruik van de marktwerving

(Bloom, 2012)

Criteria waaraan studenten moeten voldoen vanuit Saxion, zoals proactief zijn, handelingsgericht zijn, over grenzen heen kijken en innovatief zijn en het goed samenwerken en afstemmen kunnen goed gebruikt worden om sociale ondernemingen te ondersteunen (Bijlage 1). Om succesvol te zijn en te blijven als onderneming is het van belang om je te blijven vernieuwen, ook als de zaken voor de wind gaan. Als je dit niet doet zullen anderen je gaan inhalen, omdat zij wel blijven vernieuwen. Mensen zijn vaker geneigd om zich te vernieuwen en ontwikkelen

wanneer de zaken niet goed gaan. Maar het is minstens zo belangrijk om ook te vernieuwen wanneer het goed gaat (Quote, 2014).

2.2. Beantwoording deelvragen vanuit theoretisch kader

1. Wat is sociaal ondernemen?

Het begrip sociaal ondernemen wordt in dit onderzoek gebruikt met behulp van de Europese definitie (Social Enterprise A, 2013). Sociaal ondernemen, volgens deze definitie, is een onderneming met als primaire belang de maatschappelijk missie. Het maken van winst is van ondergeschikt belang. Binnen een sociale onderneming wordt gezocht naar een balans tussen respect voor de sociale kant, economische prestaties en de ecologische randvoorwaarden. Die balans leidt vaak tot betere resultaten voor zowel de sociale onderneming als de samenleving (Participatiegids, 2015).

Volgens Gregory (1998) is kenmerkend voor sociaal ondernemen dat sociaal ondernemers zich bedienen met onderdelen uit het bedrijfsleven. Daarmee kunnen de sociaal ondernemers hun sociale missie/doel op een effectieve en kosteloze manier realiseren (Franssen & Scholten, 2011).

2. Welke kansen en belemmeringen ondervinden de verschillende sociaal ondernemers in Oost Nederland?

De belemmeringen en kansen die sociale ondernemers ervaren vanuit de theorie liggen binnen verschillende gebieden. Beginnend bij de wet en regelgeving. Dit is momenteel nog een belemmering voor sociale ondernemingen maar door het scheppen van ruimte in de wet en regelgeving ontstaan kansen. Een voorbeeld van zo'n kans in de wet- en regelgeving is het creëren van een specifieke rechtsvorm of het opstellen van specifieke regels voor aanbestedingen (Social Enterprise B, 2013). Social Enterprise geeft weer dat er obstakels bevinden binnen in het aanbestedingsbeleid, regels rondom werken met mensen met een arbeidsbeperking en beleidsinconsistentie (Social Enterprise, 2015).

Ondernemers zelf spreken van een belemmering binnen het verkrijgen van startkapitaal en groeikapitaal. Deze belemmering wordt gevormd doordat de maatschappelijk missie bij sociale ondernemingen meer prioriteit heeft dan de financiële component (Social Enterprise E, 2013).

De rechtsvorm voor sociale ondernemingen is niet vastgelegd. Daardoor zal een sociale onderneming zich moeten vastleggen als bijvoorbeeld een stichting, BV of coöperatie (Ondernemersplein, 2014). Doordat er geen rechtsvorm bestaat voor sociale ondernemingen wordt geen recht gedaan aan de identiteit van een sociale onderneming (Regeringsbeleid, 2008).

Een kans bevindt zich in een samenwerking tussen sociale onderneming. SER zegt dat door een samenwerking tussen sociale ondernemingen deze sociale ondernemingen zich gezamenlijk op de kaart zetten en instrumenten ontwikkelen voor onder andere impactmeting (SER, 2015).

Als er geïnvesteerd wordt in kennis, kunde en talent zal dat de sector op lange termijn gaan helpen. Voorbeelden hiervan zijn meer onderwijs op het gebied van sociaal ondernemen en onderzoek doen naar sociale ondernemingen. Nederland ligt

in vergelijking met het buitenland achter op deze ontwikkeling (Social Enterprise B, 2013). In dit gebied ligt een kans voor het sociaal ondernemen.

Volgens Nicholls (2008) is innovatie een van belangrijkste aspecten binnen het sociaal ondernemen. Doordat sociale ondernemingen impact willen maken op de maatschappij en hierbij voor complexe vraagstukken komen te staan, is innovatie een belangrijk element (Participatiegids, 2015). Innovatie is van belang voor groei en welvaart (Regeringsbeleid, 2008).

3. Welke bijdrage kunnen studenten leveren aan sociale ondernemingen?

De student zal ondersteuning bieden binnen de sociale onderneming. Deze ondersteuning zal waardevol zijn omdat de student vooral theoretische kennis heeft en daardoor met een andere invalshoek kijkt naar de sociale onderneming. Om een duidelijk beeld te krijgen van het kunnen van de social work studenten zijn de ontwikkelcriteria beroepshouding van belang. Dit formulier heeft acht verschillende ontwikkelcriteria en per criteria wordt beschreven waar de student aan moet voldoen. De acht ontwikkelcriteria luiden als volgt; Stelt de vraag van burgers en cliënt centraal; is proactief; is betrokken en toegankelijk; is handelingsgericht; laat regie bij de burgers/cliënten; kijkt over grenzen heen en is innovatief; werkt samen en stemt af; professionele dialoog en reflectie. Deze ontwikkelcriteria zijn vaardigheden die de studenten kunnen inzetten binnen het werk van een sociale onderneming.

Criteria waaraan studenten moeten voldoen vanuit Saxion, zoals proactief zijn, handelingsgericht zijn, over grenzen heen kijken en innovatief zijn en het goed samenwerken en afstemmen kunnen goed gebruikt worden om sociale ondernemingen te ondersteunen (Bijlage 1). Om succesvol te zijn en te blijven als onderneming is het van belang om je te blijven vernieuwen, ook als de zaken voor de wind gaan. Als je dit niet doet zullen anderen je gaan inhalen, omdat zij wel blijven vernieuwen. Mensen zijn vaker geneigd om zich te vernieuwen en ontwikkelen wanneer de zaken niet goed gaan. Maar het is minstens zo belangrijk om ook te vernieuwen wanneer het goed gaat (Quote, 2014).

3. Methode van onderzoek

In dit hoofdstuk wordt de methode van onderzoek besproken. Hierbij wordt in 3.2 het onderzoekstype beschreven. In 3.3 wordt de populatie beschreven en in 3.4 de steekproef welke voortkomt uit de populatie. Vervolgens komen in 3.5 de instrumenten aan bod en in 3.6 de procedure van de werving en steekproef. Hierna wordt besproken hoe de gegevens zijn geanalyseerd in 3.7. In 3.8 wordt de betrouwbaarheid besproken. De interne en externe geldigheid worden weergegeven in 3.9, waarbij de validiteit van de methode van onderzoek wordt toegelicht. Tot slot worden in 3.10 de ethische overwegingen aangedragen.

3.1. Onderzoeksmethode

De korte termijn doelstelling van dit onderzoek is het inventariseren welke mogelijkheden en beperkingen sociale ondernemingen zien met betrekking tot samenwerken met studenten van Saxion Hogeschool Enschede.

De lange termijn doelstelling streeft naar het ontstaan van een samenwerking tussen studenten van Saxion Hogeschool en sociale onderneming waardoor er een bijdrage wordt geleverd, door de studenten, aan het ontwikkelen en uitvoeren van taken en doelen van een sociale onderneming.

Baarda(2014) stelt dat kwalitatief onderzoek wordt gebruikt om te ontdekken. Hierbij worden bijvoorbeeld teksten geanalyseerd, zoals verslagen van interviews (Baarda B. , 2014).

Binnen dit onderzoek is het doel de ideeën, meningen en inzichten van sociale ondernemingen te ontdekken. Om deze reden is er gekozen om een kwalitatieve onderzoeksmethode te gebruiken. Er is niet gekeken naar de kwantiteit/omvang van de voorkomende verschijnselen of meningen, maar naar de kwaliteit ervan. Hierbij kan dan ook duidelijk het gezichtspunt en/of de visie van de betrokkene(n) naar voren worden gebracht (Baarda B. , 2014). Het sociaal ondernemen is een nieuw fenomeen, hierbij is het van belang om zo veel mogelijk informatie te verkrijgen en diepte in de interviews te creëren. Ook zijn de meningen, inzichten en ideeën van de sociaal ondernemers van grote waarde voor dit onderzoek.

3.2. Onderzoekstype

Middels het onderzoek wordt er getracht te inventariseren welke beperkingen en mogelijkheden de sociale ondernemingen zien. Er is weinig voorkennis beschikbaar en het doel van het onderzoek is om nieuwe inzichten en ideeën te verkrijgen. Hierbij is het van belang om je als onderzoeker *open* op te stellen.

Dit onderzoek is inventariserend. Binnen dit onderzoek is er geïnventariseerd wat de sociale ondernemingen verwachten/zouden willen van een samenwerking met studenten van Hogeschool Saxion.

Het onderzoeks-ontwerp dat voor dit onderzoek is gebruikt, is het kwalitatief survey-onderzoek. Er is gekozen voor een kwalitatief survey-onderzoek, omdat dit goed aansluit bij het inventariserende en beschrijvende karakter van het onderzoek. Er is een overzicht/inventarisatie van de onderzoeks-verschijnselen gemaakt. Hierbij wordt een breed beeld van de onderzoeks-verschijnselen weergegeven. Het betreft dan veelal ideeën, reflecties en gevoelens over het verleden, heden en /of toekomst (Baarda, de Goede , & Teunissen, 2009). In dit onderzoek is de nadruk gelegd op de toekomst en hoe sociale ondernemers deze voor zich zien. Het gaat dan om hoe de

sociale ondernemingen de samenwerking met studenten van Saxion Hogeschool voor zich zien in de toekomst en wat hun wensen en verwachtingen hierbij zijn.

3.3. Populatie

De populatie van dit onderzoek bestaat uit Sociale ondernemingen in Twente en de Achterhoek die voldoen aan de Europese criteria voor een sociale onderneming (Social Enterprise, 2013) dus:

1. Heeft primair een maatschappelijke missie: Impact first!
2. Realiseert dat doel als zelfstandige onderneming die een dienst of product levert;
3. Is financieel zelfvoorzienend gebaseerd op handel of andere vormen van waarde-uitruil, en dus beperkt of onafhankelijk van giften of subsidies;
4. Is sociaal in de wijze waarop de onderneming wordt gevoerd:
 - winst mag, maar de financiële doelen staan ten dienste van de missie, het van de maatschappelijke impact. Winstneming door eventuele aandeelhouders is redelijk
 - bestuur en beleid zijn gebaseerd op een evenwichtige zeggenschap van alle betrokkenen
 - fair naar iedereen
 - bewust van haar ecologische voetafdruk
 - is transparant

De omvang van het aantal sociale ondernemingen in Oost-Nederland is lastig te bepalen. Het is op dit moment niet mogelijk om een exacte indicatie te geven van de omvang van deze sector, aangezien er een bestand van namen en adressen ontbreekt. Dit kunt u vinden in hoofdstuk 1 (Social Enterprise, 2013).

3.4. Steekproef

Uit de gehele populatie is een steekproef genomen van 15 sociale ondernemingen. Via internet is gezocht naar de sociale ondernemingen en door middel van het lezen van hun visie en missie is een uitnodiging gestuurd. Deze 15 sociale ondernemingen zijn representanten van de populatie. Uiteindelijk zijn er 6 sociale ondernemingen geïnterviewd en is de steekproef dus tot 6 ondernemingen beperkt gebleven. In hoofdstuk 3.6 kunt u vinden hoe deze procedure is verlopen. Deze 6 sociale ondernemingen die zijn geïnterviewd voldeden allen aan de Europese criteria voor een sociale onderneming (Social Enterprise, 2013). De sociale ondernemingen voor de steekproef zijn gevonden doormiddel van het internet en het 'sneeuwbaleffect'. Het betrof een niet-gerichte selectie, maar wel een selecte steekproef (Baarda B. , 2014). Er is gekozen voor een niet-gerichte selectie, omdat sociale ondernemingen nog relatief onbekend zijn en weinig zichtbaarheid hebben. Door gebruik te maken van contacten van sociale ondernemingen, konden deze alsnog gemakkelijk gevonden en aangesproken worden. Verder is er gekozen voor een selecte steekproef. Hierdoor zou er gekeken kunnen worden naar een goede verdeling van sociale ondernemingen uit verschillende takken en/of gebieden en ook naar de schaal van de ondernemingen. Uiteindelijk is de steekproef echter gekrompen door geen reactie of het niet voldoen aan de criteria, zie hoofdstuk 3.6 *procedure*. Hierdoor was het niet meer mogelijk om een selecte steekproef te doen. De 6 sociale ondernemingen die wel geïnterviewd konden worden waren echter wel gevarieerd en allen uit verschillende takken en/of gebieden.

3.5. Instrumenten

Er is bij het onderzoek gebruik gemaakt van een vragenlijst. Deze vragenlijst heeft ondersteuning geboden tijdens het afnemen van de interviews. De vragenlijsten bestaan uit open vragen en een topiclijst/checklist. De dataverzameling binnen dit onderzoek is semi- gestructureerd (Baarda, de Goede , & Teunissen, 2009).

Om de vragen de juiste richting te geven, is er vooronderzoek gedaan naar de belangrijkste begrippen uit het onderzoek, het theoretisch kader. De vragenlijsten zijn gebaseerd op het theoretisch kader (Hoofdstuk 2) en de daaruit voortvloeiende operationalisering. De belangrijkste begrippen zijn uit het theoretisch kader gehaald en van daaruit zijn de interviewvragen vorm gegeven, zodat deze antwoord geven op de deelvragen en de hoofdvraag. De wijze waarop de operationalisering is vormgegeven en hoe de interviewvragen hier uit zijn gevloeid, kun u vinden in bijlage 3. Er is gebruik gemaakt van individuele interviews met de sociale ondernemingen. Hierbij is gebruik gemaakt van semi- gestructureerde vragenlijsten, om een open en vrije sfeer te creëren

De dataverzameling is zo veel mogelijk gericht op de *verbale* overdracht. De mondelinge vorm van interviewen zorgt er voor dat het interview flexibel verloopt en dat men makkelijk met elkaar heeft kunnen praten. Hierbij konden de vragen ook gemakkelijk worden aangepast op de respondent en situatie. Doordat de vragenlijst semi- gestructureerd is, worden alle van te voren vastgelegde onderwerpen, ook wel topics, behandeld. De topics zijn op deze manier ingezet om, tijdens het interview, in te haken op het taalgebruik van de geïnterviewde. Dit zorgt er voor dat alle relevante onderwerpen aan bod komen. Dat het interview semi- gestructureerd is, wil ook zeggen dat de geïnterviewde invloed heeft gehad op de sturing van het gesprek (Baarda, de Goede , & Teunissen, 2009).

3.6. Procedure

Wanneer sociale ondernemingen waren uitgekozen om uit te nodigen voor een interview, zijn er e-mails gestuurd naar die gewenste ondernemingen. In deze e-mails stond duidelijk uitgelegd wat het doel van dit onderzoek was en ook werd de definitie van een sociale onderneming, die binnen dit onderzoek gebruikt is, weergegeven zodat de aangeschreven ondernemingen zichzelf hieraan kon toetsen. Als de onderneming zichzelf vervolgens identificeerde als een sociale onderneming en interesse toonde in het onderzoek, is er vanuit de onderzoekers actie ondernomen en werd er een interview gepland. Wanneer er geen reactie kwam, werd er contact opgenomen via telefoon met de (sociale) ondernemingen. De e-mail kunt u terug vinden in bijlage 4 . Tijdens de werving van de steekproef is naar voren gekomen dat het gewenste aantal van 15 ondernemingen niet behaald kon worden. Een reden daarvoor was dat een aantal ondernemingen de zelf-test op social-enerprise.nl hadden gedaan en zichzelf aan de definitie hebben getoetst. Hierbij kwamen zij tot de conclusie dat zij geen sociale ondernemingen zijn en dus niet konden participeren. Verder zijn er een aantal (sociale)ondernemingen geweest die geen enkele reactie hebben gegeven. Wanneer er geen reactie werd gegeven hebben de onderzoekers tot 2 keer een herinneringsmail gestuurd. En waar mogelijk de ondernemingen telefonisch proberen te bereiken. Bij een aantal ondernemingen kwam ook hierop geen reactie. Ook is er geprobeerd om een ondernemingen via *facebook* te benaderen. Dit heeft bij een paar ondernemingen tot succes geleid. Ook is gebrek aan tijd en personeel als reden opgegeven om niet deel te kunnen nemen aan een interview.

3.7. Methode van analyseren van gegevens

De data is geanalyseerd door middel van een label-schema (bijlage 2). Het *labelen* wil zeggen dat tekstfragmenten (uit de interviews) worden voorzien van een naam, code of omschrijving. Allereerst werden er tekstfragmenten ingedeeld en opgedeeld. In dit proces werd al begonnen met *labelen*. De eerste stappen werden gezet om vervolgens tot een helder schema te komen. “Als je daadwerkelijk gaat *labelen*, ga je expliciet en weloverwogen de geselecteerde tekstfragmenten van een indicatie (naam, omschrijving of andere code) voorzien” (Baarda, Goede, & Teunissen, Kwalitatief onderzoek, 2009, p. 318).

Met de uiteindelijke ordening van *labels* kon het proces van het analyseren van de gegevens en het beantwoorden van de hoofdvraag beginnen.

Het *label*-proces is binnen dit onderzoek uitgevoerd door twee onderzoekers. De onderzoekers hebben beide een aantal interviews geanalyseerd en gelabeld. Vervolgens zijn deze labelschema's uitgewisseld en zijn deze bekeken door de collega onderzoeker. Daarna zijn deze labelschema's bij elkaar gevoegd tot één labelschema van alle interviews. Het labelschema is door beide onderzoekers geanalyseerd om de resultaten en conclusie te kunnen schrijven. Door deze controle is de kans op afhankelijkheid van toevallige kenmerken van één onderzoeker een stuk kleiner geworden.

3.8. Betrouwbaarheid

“In de klassieke zin wordt *betrouwbaarheid* gedefinieerd als de mate waarin metingen *onafhankelijk* zijn van toeval. Als je lengte verschillende keren meet, moeten de resultaten van die diverse metingen zo min mogelijk verschillen. Naarmate de verschillen kleiner zijn is de meting betrouwbaarder”, (Baarda, de Goede, & Teunissen, 2009, p. 193). De betrouwbaarheid van het onderzoek wordt verhoogd als de conclusies controleerbaar en inzichtelijk zijn. Het is van belang om alert te zijn op eventuele verstoringen.

Bij het kwalitatieve onderzoek is de onderzoeker zelf het belangrijkste instrument. Er hangt veel af van de manier waarop de onderzoeker bijvoorbeeld het interview houdt, de vragen stelt en hoe deze observeert. Het onderzoek is uitgevoerd door twee onderzoekers. De manier van vragen stellen is door de onderzoekers vóór de interviews besproken en zo veel mogelijk op elkaar afgestemd. Er zijn 3 interviews (de helft) met beide onderzoekers afgenomen. Bij deze interviews kon de collega onderzoeker bijspringen wanneer er bijvoorbeeld een onderwerp niet genoeg aan bod kwam. Deze maatregelen kunnen voor een hogere betrouwbaarheid zorgen. De dataverzameling is door beide onderzoekers geanalyseerd en met elkaar vergeleken. Hierbij in het achterhoofd houdende welke conclusies er uit konden worden getrokken. Hierdoor kan de stabiliteit en daarmee de betrouwbaarheid van de conclusies verhoogd zijn. Door resultaten en conclusies met de collega-onderzoeker te vergelijken, ontstaat er *inter-interviewer- en/of inter-observatorbetrouwbaarheid* (Baarda, de Goede, & Teunissen, 2009).

De respondenten die zijn geïnterviewd binnen de steekproef zijn de hoofdverantwoordelijken binnen de sociale onderneming. Dit zorgt ervoor dat elk interview met een vergelijkbare respondent is afgenomen. Hierbij kunt u denken aan dat alle respondenten inzicht hebben in het ondernemen en bijvoorbeeld de financiën. Een werknemer of vrijwilliger binnen de sociale onderneming zal waarschijnlijk anders tegen zaken aankijken en zal ook niet de details over het ondernemen weten. Hiernaast wordt de betrouwbaarheid verhoogd doordat de

hoofdverantwoordelijke het meeste inzicht heeft in alle aspecten van de sociale onderneming (Baarda, de Goede, & Teunissen, 2009).

3.9. Interne en externe geldigheid

Validiteit zegt iets over de geldigheid en zuiverheid van het onderzoek en de onderzoeksresultaten. Het onderzoek wordt meer valide naarmate er minder systematische fouten worden gemaakt (Baarda, Goede, & Teunissen, 2009). In dit kwalitatieve onderzoek spreken we over geldigheid in plaats van validiteit. Het onderzoek wordt gedaan in de alledaagse omgeving van de sociale ondernemingen. De interviews worden bij de betreffende sociale ondernemingen afgenomen. Het interview vindt plaats met één persoon binnen de onderneming. Door in een rustige ruimte te spreken en in de eigen omgeving te blijven wordt de verstoring tot het minimum beperkt (Baarda, de Goede, & Teunissen, 2009). Binnen dit onderzoek zijn wel een aantal verstoringen opgetreden, met name tijdens de interviews. Deze verstoringen waren niet te voorkomen door de onderzoekers. Bij bepaalde interviews zijn er momenten geweest dat er iemand de ruimte binnenkwam waar het interview plaatsvond of dat de telefoon van de geïnterviewde af ging. Er is dus wel gestreefd naar zo min mogelijk verstoringen, maar de interviews afnemen in de eigen omgeving was in dit onderzoek dus geen garantie om niet gestoord te worden.

De selectie van de steekproef heeft een grote rol in het bepalen van de geldigheid. De steekproef moet representatief zijn voor de populatie. De resultaten van de steekproef moeten uiteindelijk generaliseerbaar zijn voor de totale populatie. Om deze reden is er binnen dit onderzoek gestreefd naar een 'brede' selectie van ondernemingen binnen de steekproef. Hierbij kunt u denken aan meerder takken uit het bedrijfsleven, grote en kleine sociale ondernemingen. Door het kleiner worden van de steekproef, die eigenlijk voor ogen was, was er nauwelijks sprake van selectie. De 6 sociale ondernemingen die uiteindelijk zijn geïnterviewd voldeden echter wel aan een 'brede' steekproef. De sociale ondernemingen kwamen namelijk uit meerdere takken van het bedrijfsleven. Bij voorgaande spreken we van de externe geldigheid. Als we spreken over de interne geldigheid is het van belang dat de onderzoekers de juiste conclusies weten te trekken. Conclusies zijn 'juist' wanneer deze kritiek van collega-onderzoekers kunnen overleven (Baarda B., 2014). Aan dit onderzoek is gewerkt door twee onderzoekers. Alle conclusies zijn gecontroleerd en ter discussie gesteld door de collega onderzoeker. Hierdoor wordt de geldigheid verhoogd. Verder worden de vragenlijsten met vragen en topics vastgelegd alvorens de interviews beginnen. En is er voor gekozen om deze tijdens het onderzoek niet meer aan te passen. Door de vragenlijsten gedurende het hele onderzoek hetzelfde te hebben gelaten en de interviews zo veel mogelijk op dezelfde manier te laten verlopen, is de interne geldigheid verhoogd. Binnen dit onderzoek is de data met twee onderzoekers geanalyseerd en zijn de uitkomsten van het *labelen* en de *labelschema's* met elkaar vergeleken om op deze manier de onderzoeksresultaten en conclusies zo juist en betrouwbaar mogelijk te laten zijn.

3.10. Ethische overwegingen

Binnen dit onderzoek is er uiteraard rekening gehouden met de ethiek. Het heeft voor dit onderzoek geen meerwaarde om namen te noemen. Om deze reden zullen de geïnterviewden binnen dit onderzoek anoniem blijven. Verder hebben alle respondenten vrijwillig deelgenomen aan het onderzoek. Er is doormiddel van een e-mail en in sommige gevallen telefonisch contact gezocht met de vraag of zij zouden willen meewerken aan het onderzoek. Wanneer ondernemingen hier geen behoefte aan hadden zijn deze niet meer gecontacteerd.

De geïnterviewden zijn van te voren goed ingelicht over het doel van het onderzoek en de onderwerpen die aan bod zouden komen tijdens het interview. Verder zullen de uitkomsten van het onderzoek geen nadelige effecten hebben voor de respondenten. De respondenten zijn namelijk anoniem gebleven en het doel van dit onderzoek is niet om gevoelige of negatieve informatie naar buiten te brengen (Baarda B. , 2014).

4. Resultaten

Dit hoofdstuk zal de resultaten van het onderzoek beschrijven. De resultaten geven antwoord op de deelvragen. De praktische deelvragen waren als volgt:

- 1. Wat is sociaal ondernemen?*
- 2. Welke kansen en belemmeringen ondervinden de verschillende sociaal ondernemers in Oost Nederland?*
- 3. Welke mogelijkheden kunnen sociale onderneming bieden aan studenten zodat zij een bijdrage aan de praktijk te kunnen leveren?*

De hoofdvraag van dit onderzoek luidt als volgt: Welke mogelijkheden en beperkingen zien sociale ondernemingen met betrekking tot samenwerken met studenten van Saxion Hogeschool Enschede?

De resultaten, die zijn voortgekomen uit de interviews, zijn erg uit een lopend. Ondanks de verscheidenheid in de resultaten springen een aantal thema's naar voren. Om de resultaten zo duidelijk mogelijk te beschrijven is gekozen om de resultaten per thema te beschrijven. Dit wordt gedaan doormiddel van hoofdthema's. Aan de hand van die hoofdthema's worden de resultaten weer gegeven met soms een citaat om het resultaat te benadrukken. Er is gekozen voor hoofdthema's, omdat deze thema's erg duidelijk naar voren kwamen en het meest besproken zijn in het labelschema(bijlage. 2). Het thema sociaal ondernemen kan worden gekoppeld aan deelvraag 1. Het thema wet en regelgeving geeft antwoord op deelvraag 2. Het thema samenwerken bevat antwoorden op alle deelvragen. Ten slotte geeft het thema financiën antwoord op deelvraag 1 en 2. Voor dat de hoofdthema's aanbod komen zal er eerst in gegaan worden op de respondenten.

4.1. Respondenten

De sociale ondernemingen die zijn geïnterviewd blijven binnen die onderzoek anoniem. Gegevens als leeftijd en naam van de ondernemer, naam van onderneming zijn voor het onderzoek niet relevant. In totaal zijn zes respondenten geïnterviewd, 3 mannen en 3 vrouwen. In hoofdstuk 3 is te lezen hoe de gehele procedure is verlopen.

De respondenten die deel hebben genomen aan het onderzoek voldeden allen aan de Europese definitie (Social Enterprise, 2013). Daarnaast zijn de sociale ondernemingen op het sociale gebied gelijk. Zij hebben allemaal een maatschappelijk missie en willen allemaal een positieve bijdrage leveren aan de maatschappij. Dit doen zij echter allen op verschillende manieren en werken ook met verschillende doelgroepen.

Het ondernemende deel van de sociale ondernemingen is erg uiteenlopend. Een van de zes respondenten bereikt de maatschappelijk missie door het geven van techniek lessen aan jongeren die verder van de arbeidsmarkt afstaan. Ook verzorgt hij las certificaten zodat de jongeren makkelijker aan werk kunnen komen. Een andere respondent onderneemt door middel van het geven van paardrijlessen aan verstandelijk en lichamelijk beperkten, maar ook aan mensen zonder beperking. Cultuur en eten is voor een van de respondenten de ondernemingskant van de sociale onderneming. Het bieden van een plek om kunst te exposeren en samen te komen, zoals samen eten. Het bieden van leerwerkplekken is het ondernemingsdeel

van een van de respondenten. Deze onderneming biedt leerwerkplekken aan mensen die verder van de arbeidsmarkt afstaan. Dit is een sociale overeenkomst met de onderneming die techniek gebruikt in de sociale onderneming. Een van de respondenten onderneemt binnen de textiel en mode wereld. Deze sociale onderneming biedt jongeren met talent voor textiel en mode een opstart mogelijkheid. Daarnaast verzorgt deze onderneming ook stageplekken voor studenten die de textiel en mode opleiding doen.

4.2. Resultaten

In dit onderzoek is gebruik gemaakt van een semi gestructureerde vragenlijst. Deze vragenlijst is gemaakt aan de hand van de deelvragen. De deelvragen kunt u terug vinden in hoofdstuk 1. In de paragraaf die volgt zullen de resultaten aan de hand van hoofdthema's worden besproken.

4.2.1. Sociaal ondernemen

Eén van de respondenten gaat in op de doelgroep van de sociale onderneming. Zijn antwoord op de vraag is; *'zonder druk proberen tot ontplooiing te laten komen. En ik doe dat vooral in de techniek'*. Naast deze respondent heeft nog een respondent een antwoord gegeven die gericht is op de doelgroep. Het antwoord van deze respondent klinkt als volgt: *'Dat je zorgt dat mensen zich thuis voelen en je atmosfeer laagdrempelig is'*.

Een andere respondent vindt een sociale onderneming een onderneming waarin het geld uitgegeven wordt aan de hulp voor de doelgroep. In haar antwoord beschrijft zij dat ze het belangrijk vindt dat een sociaal ondernemer de doelgroep en de onderneming voorop stelt en zichzelf als ondernemer op de tweede plaats zet. Twee respondent gaan in op de maatschappelijk impact van de sociale onderneming. Het maken van impact op de maatschappij is voor hen sociaal ondernemen. Door twee respondenten wordt ook het non-profit (geen winstoogmerk) zijn van de onderneming gezien als een belangrijk onderdeel van een sociale onderneming. Drie van de respondenten hebben in de interviews aangegeven een stichting te zijn. Een uitspraak van een van de respondenten is: 'We zijn ook een stichting dus er is geen winstoogmerk'.

Het hebben van geen winstoogmerk komt terug in een antwoord van een respondent. Deze stelt namelijk dat door het financieel zelfvoorzienend zijn dat er 60 procent van de sociale onderneming commercieel is en 40 procent sociaal is. Met die 60 procent kan de sociaal ondernemer die sociale 40 procent betalen.

Een van de respondenten beschrijft het doel van zijn sociale onderneming als volgt: het terugbrengen van een stuk confectie/textiel naar Twente en Achterhoek. Dit vooral omdat Twente en rijke cultuur en historie heeft op dit gebied. En daarnaast wil hij arbeidsplekken creëren voor werknemers die een afstand hebben tot de arbeidsmarkt. Verder ziet een respondent juist een kans in de samenwerking met anderen. *"We proberen niet alleen met de doelgroep waar wij onze inkomsten uit krijgen samen te werken maar ook met sociale ondernemingen in de omgeving. Om te kijken of je daar mee samen kan werken hetzij in de vorm van dat zij ons sponsoren en wij een wederdienst geven."*

4.2.2. Wet en regelgeving

De huidige wet en regelgeving en de financiën binnen de ondernemingen worden als grote factoren voor belemmeringen genoemd door de respondenten. In de verschillende antwoorden van respondenten komt hierbij vooral naar voren dat de sociaal ondernemers ervaren dat de wet en regelgeving hen in de dagelijkse praktijken zowel in de ontwikkeling van de onderneming tegenhoudt. *‘het wordt wel gestimuleerd door de overheid maar de wet en regelgeving moeten ze er nog even op aanpassen zeg maar. Ze willen wel maar in de praktijk word je gewoon wel tegen gehouden door de wet en regelgeving’*. *‘Ja, en ondanks dat we heel graag dat sociale bedrijf willen blijven en die maatschappelijk verantwoordelijkheid naar ons toe willen trekken zijn we nu genoodzaakt om toch wat professioneler en commerciëler te worden’*.

In het citaat hierboven wordt duidelijk dat de maatschappelijke missie in het geding komt door de veranderingen in wet en regelgeving. Ook wordt er benoemd dat de gemeenten zichtbaar worstelen met de transitie en de nieuwe wet en regelgeving. Zo laat een respondent in haar antwoorden naar voren komen dat de lijnen naar de gemeenten ondoorgrondelijk zijn en dat er geen doorkomen aan is bij vragen en aanvragen. Ook hebben de sociale ondernemingen aangegeven wat zij zien als kansen. De wet en regelgeving wordt hier door één respondent genoemd als kans. De respondent bedoelt hiermee dat de overheid sociale ondernemers wel stimuleert maar dat dat in de praktijk nog niet werkt.

4.2.3. Samenwerking

Eén respondenten benoemt dat er een kans ligt in het opleiden. Daarmee bedoeld deze respondent dat mensen die binnen de zorg sector werken meer kennis krijgen over het sociaal ondernemen. Er is volgens de respondent te weinig kennis over de sociale sector. De respondent benoemt dat hij hier kansen in ziet. Over de vraag of het sociaal ondernemen meer betrokken moet worden in het onderwijs reageren respondenten positief. Hier zien zij goede kansen in en juichen dit toe.

Respondenten benoemen zelfs dat ze het een noodzaak vinden dat het sociaal ondernemen meer in het onderwijs terugkomt. Desbetreffende respondent laat weten dat de economie geen stand houdt wanneer deze hetzelfde blijft. Nieuwe en andere opties in het ondernemen worden als positief genoemd.

Op de vragen over de samenwerking met studenten in het algemeen, reageerden de sociale ondernemingen positief. Er is vooral benoemd dat ze het een goed idee vinden en enthousiast zijn over een eventuele samenwerking. Hieronder een aantal reacties van de respondenten over de samenwerking. *‘Helemaal goed, stuur maar langs’*. *‘Hartstikke leuk, stimuleren die hap’*. *‘Ja dat zou zeer wel tot de mogelijkheden behoren’*.

Wanneer de vraag werd gesteld: op welke gebieden zouden de studenten u kunnen ondersteunen en/of een bijdrage kunnen leveren? Werd hier erg uiteenlopend op geantwoord. Door één respondent werd genoemd dat hij graag ondersteuning op commercieel gebied zou zien terwijl een andere respondent op het financiële vlak ondersteuning kan gebruiken en de levensvatbaarheid wil bevorderen. Een andere respondent geeft aan graag hulp te willen bij innovatie binnen de onderneming. Er wordt aangegeven dat er een tunnel visie is ontstaan na 30 jaar in dezelfde onderneming te werken. Iemand van buitenaf naar de ondernemingen en innovatie mogelijkheden te laten kijken wordt genoemd als een goede optie.

Een volgende respondent laat weten dat de samenwerking met studenten wel afhankelijk is van de leerdoelen en motivatie van de student. Verder vinden de

respondenten het prettig wanneer zij aan de hand van een goed plan en leerdoelen de voortgang van studenten kunnen meten en dit kunnen evalueren.

Verder heeft één respondent in het interview benoemd dat zij de begeleiding vanuit het Saxion naar studenten toe niet optimaal vindt. Vanuit haar ervaring met stagiaires en kennissen die een opleiding binnen Saxion volgen, neemt zij waar dat studenten veel baat kunnen hebben van meer en duidelijkere begeleiding vanuit Saxion. Dit betreft alleen de begeleiding die Saxion biedt tijdens stageperiodes.

Meerder respondenten laten weten dat er voldoende mogelijkheid is tot begeleiding binnen de sociale ondernemingen. Op één sociale onderneming na zijn er bij alle respondenten HBO-geschoolde mensen aanwezig welke studenten kunnen begeleiden in hun stage proces. Verder geven de sociale ondernemingen ook ideeën over eventuele taken en mogelijkheden voor stagiaires en/of afstudeeropdrachten. Hierbij wordt bijvoorbeeld genoemd dat een HBO student een project kan opzetten voor procesverbeteringen en hier eventueel een scriptie over kan schrijven. Ook zouden studenten een rol kunnen spelen in het verbeteren van de marketing en de levensvatbaarheid.

4.2.4. Financiën

Een factor die kan bijdragen aan een optimale ontwikkeling van de is financiën. Eén van de respondenten zegt dat er meer mogelijkheden moeten worden geschapen om financiering te kunnen aantrekken. Niet alleen het aantrekken van financiële bronnen maar ook financiële kennis is volgens de respondent een factor die kan bijdragen aan een optimale ontwikkeling. Marketing is ook één van de factoren die wordt genoemd door de respondenten. Eén van de respondenten zegt dat je kennis moet hebben op het gebied van marketing. Dat je als sociaal ondernemer moet weten hoe je marketing tools kan inzetten voor de sociale onderneming. De financiering wordt door een aantal respondenten ook als belemmering genoemd. In de antwoorden komt naar voren dat sommige sociaal ondernemers afhankelijk zijn van vrijwilligers en sommigen merken dat er van alle kanten wordt gekort. Hieronder wordt door een respondent beschreven dat de financiering een belemmering kan zijn en dat er tegenwoordig erg creatief moet worden omgegaan met de financiering door ondernemers. *'Financiering. Dat blijft een lastige, je krijgt je geld wel maar je moet als ondernemer moet je durven, geld durven vragen maar ook inderdaad belemmering is het geld inderdaad. je moet heel creatief worden met de financiering tegenwoordig'.* Dit citaat bevat naast financiering ook innovatie op het gebied van financiën. Een andere respondent heeft ook benoemd dat innovatie een aandachtspunt is binnen de sociale ondernemingen. Hier wordt echter wel benoemd dat zij hier mensen van buiten af voor nodig hebben om zonder tunnelvisie naar de onderneming te kunnen kijken.

5. Conclusie

In de hoofdstuk zullen de conclusies worden besproken die getrokken konden worden uit de resultaten. De deelvragen zullen als eerst aan bod komen. Daarna volgt de conclusie van de hoofdvraag. De praktische en theoretische deelvragen, over hetzelfde onderwerp, worden samen beantwoord.

5.1. Conclusie deelvragen

1. Wat is sociaal ondernemen?

Wat is sociaal ondernemen volgens sociaal ondernemers?

Wat alle respondenten gemeen hebben is het maken van maatschappelijk impact. Dat is een van de factoren van een sociale onderneming die binnen de Europese definitie wordt genoemd (Social Enterprise A, 2013). Elke sociale onderneming in dit onderzoek doet dit op zijn eigen manier en wil zijn of haar missie waarmaken met datgeen wat de sociale onderneming doet.

Uit de resultaten is te concluderen dat in dit onderzoek elke sociale ondernemer een andere factor beschrijft als definitie voor het sociaal ondernemen. In hoofdstuk 2 paragraaf 1 wordt de definitie beschreven met daar bijhorende factoren. Binnen de resultaten wordt er over non-profit gesproken, één van de factoren van de Europese definitie, maar er wordt ook gesproken over de sociale uitvoering van de sociale onderneming (Social Enterprise A, 2013). Daarmee wordt bedoeld hoe de sociale onderneming naar buiten treedt richting de maatschappij. Er kan dus gezegd worden dat de sociale ondernemingen in dit onderzoek een eigen visie hebben over het sociaal ondernemen. Elk van de geïnterviewde sociale ondernemingen legt de nadruk op een andere factor maar de factoren die zij schetsen komen over een met de definitie van Social Enterprise (Social Enterprise A, 2013).

Zoals geconcludeerd is, benoemen de sociale ondernemers in dit onderzoek verschillende factoren voor de definitie voor sociaal ondernemen. De verscheidenheid in hun visies komt niet uit de lucht vallen. Franssen en Scholten (2011) beschrijven namelijk dat het begrip sociaal ondernemen te pas en te onpas wordt gebruikt. Dit komt vooral omdat deze vorm van ondernemen erg in de belangstelling staat. Het begrip wordt daardoor ruimer ingezet waardoor er verschillende benamingen ontstaan voor ondernemers die een maatschappelijk verbetering willen realiseren. Het begrip sociaal ondernemen is ruim en daardoor vervagen de scheidslijnen. Een duidelijk beeld van waar de sociaal ondernemingen zich bevinden is er nog niet (Franssen & Scholten, 2011). De sector zal zich pas gaan vormen als er een duidelijk beeld is van de sector sociaal ondernemen. Als het sociaal ondernemen inhoudelijk duidelijk wordt voor de maatschappij zal de sector erkend worden (Social Enterprise B, 2013) en creëert dat duidelijkere scheidslijnen.

Bloom (2012) beschrijft dat door onderdelen van het bedrijfsleven te gebruiken de sociale missie kan worden gerealiseerd. Een business model en goed gebruik van de marktwerving zijn hier voorbeelden van (Bloom, 2012). Een respondent heeft benoemd dat zijn sociale onderneming goed functioneert en financieel zelfvoorzienend is door een 60/40 verdeling. Dat houdt in dat 60 procent van de sociale onderneming commercieel is en de overige 40 procent sociaal is. Met die 60 procent kan de 40 procent gefinancierd worden. Er kan geconcludeerd worden dat

het van belang is om onderdelen vanuit het bedrijfsleven te gebruiken om levensvatbaar te blijven en de maatschappelijke missie waar te maken.

Het ondernemingschap is een belangrijk bron voor variatie in de economie. Ondernemers experimenteren met combinaties van bestaande inzichten en materialen die zullen leiden tot betere of nieuwe producten (Regeringsbeleid, 2008). Uit de resultaten komt naar voren dat een sociale onderneming geëxperimenteerd heeft met bestaande inzichten en nieuwe combinaties. Deze sociaal ondernemer heeft het stuk confectie/textiel naar Twente en Achterhoek willen terug brengen. Dit vooral omdat Twente een rijke cultuur en historie heeft op dit gebied. En daarnaast wil hij arbeidsplekken creëren voor werknemers die een afstand hebben tot de arbeidsmarkt.

Hieruit kan wederom geconcludeerd worden dat sociaal ondernemers onderdelen uit het bedrijfsleven kunnen gebruiken om de sociale missie te realiseren (Bloom, 2012).

2. Welke kansen en belemmeringen ondervinden de verschillende sociaal ondernemers?

Welke kansen en belemmeringen ondervinden de verschillende sociaal ondernemers in Twente en de Achterhoek?

De rechtsvorm voor sociale ondernemingen is niet wettelijk vast gelegd. Een sociale onderneming kan bijvoorbeeld vast gelegd zijn als stichting, BV of coöperatie. Tenminste drie respondenten binnen dit onderzoek hebben aangegeven de rechtsvorm Stichting te hebben gekozen. De belemmeringen die dit met zich meer brengen zijn als volgt: Als stichting heb je geen leden of aandeelhouders waardoor je als sociaal ondernemer geen investeerder kan aantrekken. Daarnaast ligt er een wettelijk verbod op het doen van een uitkering aan oprichters bestuurders en andere partijen binnen de stichting. Hieruit zou geconcludeerd kunnen worden dat tenminste drie van de respondenten eventuele belemmering ervaren doordat zij de rechtsvorm stichting hebben. Of deze drie ondernemingen hier werkelijk belemmeringen door ervaren is niet bekend. Wanneer er wordt gekeken naar de theorie kan er worden gesteld dat er wel degelijk belemmeringen aanwezig zijn. De bron Regeringsbeleid (2008) benoemt dat er geen recht wordt gedaan aan de identiteit van een sociale onderneming doordat er geen rechtsvorm voor sociale onderneming bestaat. In andere landen wordt er wel een rechtsvorm gebruikt voor sociale ondernemingen om bijvoorbeeld bovengenoemde belemmering te voorkomen. Er zou dus geconcludeerd kunnen worden dat er een kans ligt voor sociaal ondernemers als er een specifieke rechtsvorm komt voor sociale onderneming. Met die rechtsvorm wordt en kan het sociaal ondernemerschap gestimuleerd worden. Door de sociale onderneming te spitsen van andere bedrijven kan er meer gekomen worden tot een specifiek stimuleringsbeleid (Hillen, Panhuijsen, & Verloop, 2014).

Een belemmering die veel genoemd is door de respondenten zijn de financiën. Het gaat hier niet alleen over financiële bronnen maar ook kennis hebben over financiën. Een uitspraak van een van de respondenten geeft weer hoe er tegen de financiën aan wordt gekeken: *‘Financiering. Dat blijft een lastige, je krijgt je geld wel maar als ondernemer moet je durven, geld durven vragen maar ook inderdaad belemmering is het geld inderdaad. je moet heel creatief worden met de financiering tegenwoordig’*. De reden waardoor sociale ondernemers het krijgen van kapitaal ervaren als een

obstakel komt doordat zij vaak nieuwe en hybride business modellen hebben. Het risico is hoog en het financieel rendement is matig. Daarnaast zal een sociale onderneming de sociale missie voorop stellen, waardoor het langer duurt eer zij uit de kosten zijn in vergelijking met commerciële bedrijven (Social Enterprise E, 2013). Eén van de respondenten zegt dat er meer mogelijkheden moeten worden geschapen om financiering te kunnen aantrekken. De theorie stelt dat er in Nederland behoefte is aan investeerders die willen investeren in sociale ondernemingen en daarmee wordt de mening van de respondent bevestigd. In de theorie wordt *crowdfunding* genoemd als mogelijkheid om kapitaal aan te trekken (Rabobank, 2013). Er kan hier geconcludeerd worden dat er meer aandacht kan zijn voor het financieel steunen van sociale ondernemingen, maar ook dat sociale ondernemingen meer aandacht kunnen besteden aan het verkrijgen van kapitaal op een innovatieve manier binnen de onderneming. Zoals eerder benoemd is het namelijk erg van belang dat een onderneming financieel zelfvoorzienend is.

De Sociale Economische Raad (SER) pleit voor meer en betere samenwerking tussen sociale ondernemingen. Veel sociale ondernemingen bevinden zich in de startfase en dat geldt ook voor hun samenwerkingsverbanden. Door samenwerking tussen sociale ondernemingen kunnen sociale ondernemingen zich gezamenlijk op de kaart zetten (SER, 2015). Vanuit de resultaten komt naar voren dat een respondent de voordelen inziet van het samenwerken met andere sociale ondernemingen in de omgeving. Het voorbeeld dat gegeven wordt van een samenwerking is dat de partij waarmee samen gewerkt wordt de sociale onderneming sponsort en de sociale onderneming een wederdienst geeft.

In hoofdstuk 2, het theoretisch kader, wordt vooral ingegaan op innovatie als zijnde factor voor kansen (Participatiegids, 2015). Vanuit de respondenten wordt innovatie niet aangedragen als een kans, maar er is wel innovatie te vinden binnen de resultaten. Het creatief zijn met de financiering binnen de sociale onderneming kan worden gezien als innovatie. In de resultaten wordt nog een andere respondent aangehaald die aandacht heeft voor innovatie, maar de respondent geeft letterlijk aan dat zij een tunnelvisie hebben en graag iemand van buitenaf naar de sociale onderneming willen laten kijken voor innovatie.

De theorie stelt dat sociale ondernemingen innovatieve oplossingen leveren voor complexe vraagstukken. Er kan dus gesteld worden dat sociale onderneming van zichzelf innovatief zijn (Participatiegids, 2015). Er is wel degelijk innovatie aanwezig binnen een sociale onderneming, maar de respondenten binnen dit onderzoek uiten zich niet expliciet over innovatie.

Nicholls (2008) zegt dat een sociale onderneming zich moet richten op drie dimensies om succesvol te worden, dit zijn de marktorientatie, maatschappelijk karakter en innovatie. Bij marktorientatie gaat het om de afstemming op de wensen en behoeften van de doelgroep en deze afgezet tegen het aanbod van de concurrenten (Rietveld & Klinkenberg, 2002). Een respondent benoemt dat hij zijn doelgroep, mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt, zonder druk laat presteren. Hierbij zet hij zijn kennis over de doelgroep in om aan de wensen en de behoeften van zijn doelgroep te voldoen. De sociaal ondernemer doet dit door het inzetten van het interesse gebied van de doelgroep.

Marketing is een factor die ook wordt genoemd binnen de resultaten. Er wordt gesteld dat er meer kennis moet worden verkregen over marketing en het inzetten van marketing tools. Dat zou voor een van de respondenten de ontwikkeling optimaal maken. Binnen sociale ondernemingen die producten leveren speelt marketing een dominante rol in vergelijking met sociale ondernemingen die diensten leveren (Rietveld & Klinkenberg, 2002). Er kan gesteld worden dat marketing een belangrijke aspect is om succesvol te worden. Dit geldt vooral voor sociale ondernemingen die producten leveren.

Het maatschappelijk karakter neemt een prominente plek in binnen een sociale onderneming. Dit is terug te vinden in de Europese definitie (Social Enterprise A, 2013). Als er naar de resultaten wordt gekeken, kan er worden geconcludeerd dat de respondenten hun maatschappelijk missie/karakter een prioriteit vinden. In de resultaten is terug te vinden dat wanneer er gevraagd werd naar de betekenis van het sociaal ondernemen, de respondenten het hoofdzakelijk hadden over de maatschappelijke missie en de impact hiervan.

3. Welke bijdrage kunnen studenten leveren aan sociale ondernemingen?
Welke mogelijkheden kunnen sociale onderneming bieden aan social work studenten zodat zij een bijdrage aan de praktijk te kunnen leveren?

De sociale ondernemingen kunnen social work studenten verschillende mogelijkheden bieden om een bijdrage aan de praktijk te kunnen leveren. Sociaal ondernemers kunnen studenten kennis en ervaring bieden op het gebied van sociaal ondernemen. Hierbij is het voor AMM studenten aantrekkelijk om zich te verdiepen in de sociale kant van de onderneming en kan de student tegelijkertijd veel leren over de ondernemingskant. Het overgrote deel van de respondenten heeft aangegeven dat zij HBO-geschoolde mensen in dienst hebben die de studenten zouden kunnen begeleiden. Hierbij gaven zij ook aan dat er genoeg tijd en ruimte beschikbaar is voor begeleiding. In de resultaten wordt genoemd dat studenten stages kunnen lopen, afstudeeropdrachten kunnen uitvoeren en de sociale ondernemingen kunnen helpen bij het maken van bijvoorbeeld een plan van aanpak. De sociale ondernemingen benoemen verschillende gebieden waarbij ondersteuning gewenst zou zijn. voorbeelden hiervan zijn: marketing, efficiëntie en financiën.

5.2. Conclusie hoofdvraag

Het onderzoek heeft als hoofdvraag: Welke mogelijkheden en beperkingen zien sociale ondernemingen met betrekking tot samenwerken met social work studenten van Saxion Enschede?

Een conclusie die getrokken kan worden met behulp van de resultaten is dat de respondenten positief zijn over een samenwerking met studenten. Daarnaast zijn zij ook te spreken over het integreren van sociaal ondernemingschap in het hoger beroeps onderwijs (HBO).

Saxion is interesseert in het opzetten van een uitstroomprofiel over het sociaal ondernemingschap. Er is binnen Saxion een onderzoek gedaan naar de benodigheden voor het opzetten van dit uitstroomprofiel (Lummen, van Echten, & Stormink, 2015). Het opzetten van een uitstroomprofiel zou voor beide partijen een goede bijdrage kunnen leveren aan kennis en ervaring over het sociaal ondernemen.

Naast de kennis en ervaring die het uitstroomprofiel zou kunnen leveren, zou het uitstroomprofiel een stimulans kunnen zijn voor studenten om actief te worden binnen het sociaal ondernemingschap.

Om duidelijk antwoord te krijgen op de hoofdvraag is tijdens de interviews gevraagd naar de gebieden, binnen de sociale onderneming, waar studenten ingezet zouden kunnen worden. De gebieden die sociale ondernemingen aandroegen zijn; marketing, efficiëntie en financiën. De sociale ondernemingen zullen baat hebben bij ondersteuning op deze gebieden. Studenten moeten vanuit Saxion voldoen aan een aantal criteria zoals proactief zijn, handelingsgericht zijn, over grenzen heen kijken, innovatief zijn, het goed samenwerken en afstemmen (bijlage 1). Deze criteria zijn bijvoorbeeld goed te koppelen aan het goed communiceren en het kunnen overtuigen van de sociale waarde van de onderneming. Verder kunnen deze worden ingezet bij het bouwen van goede partnerschappen en zorgen voor goede en succesvolle interventies (Bloom, 2012).

Quote (2014) beschrijft dat vernieuwing binnen een onderneming van groot belang is, ook in tijden van welvaart. Studenten kunnen een bijdrage leveren in die vernieuwing omdat studenten leren innovatief te denken. Daarmee kunnen zij een frisse blik werpen op een sociale onderneming en ondersteuning bieden bij het blijven vernieuwen.

Uit de resultaten is naar voren gekomen dat studenten naast ondersteuning bieden ook stages kunnen lopen, opdrachten of een plan van aanpak maken binnen de sociale ondernemingen. De gebieden die sociale ondernemingen noemen en de opdrachten en stages die studenten zouden kunnen doen binnen de sociale onderneming overlappen elkaar. Sociale ondernemingen hebben zich geuit over de verwachting die zij hebben ten opzichte van de studenten; gemotiveerde studenten met duidelijke leerdoelen die hun voortgang inzichtelijk maken en daarover kunnen evalueren.

Uit een van de interviews is naar voren gekomen dat deze onderneming een aantal minder goede ervaringen heeft gehad met stagiaires. Dit lag vooral aan het gebrek van motivatie en initiatief. Ook denkt de respondent dat de begeleiding vanuit Saxion verbeterd zou kunnen worden. De respondent geeft aan dat te weinig begeleiding vanuit Saxion invloed zou kunnen hebben op het presteren van de stagiaires. Deze respondent wil wel met studenten samenwerken in de toekomst maar blijkt wat terughoudend te zijn door eerdere ervaringen.

Campus (2005) stelt dat een samenwerking lonend kan zijn voor beide partijen. In het geval van een samenwerking tussen sociale ondernemingen en studenten kan er worden geconcludeerd dat deze samenwerking lonend kan zijn voor beide partijen.

6. Aanbevelingen

In een van de interviews heeft een respondent zich geuit over de begeleiding die wordt gegeven aan studenten vanuit Saxion. De respondent had het vooral over de begeleiding van studenten binnen een stage periode. De respondent ziet daarom een belemmering in het aannemen van studenten van de opleiding social work. Een samenwerking met studenten, die voort zou kunnen komen uit dit onderzoek, zou volgens de respondent daardoor een belemmering vormen. De respondent geeft aan dat de begeleiding vanuit Saxion verbeterd kan worden. Er ligt een kans voor het Saxion om de begeleiding naar studenten tijdens de stageperiodes frequenter en intensiever te maken. Wanneer er een samenwerking zou ontstaan tussen social work studenten en sociale ondernemingen, zal deze verbeterde begeleiding vanuit Saxion een positief effect op de samenwerking kunnen hebben.

Met de opdrachtgever en geïnterviewde sociaal ondernemers is het integreren van het sociaal ondernemen in de opleiding SPH besproken. Er is naar voren gekomen dat sociaal ondernemers veel voordelen zien in het opzetten van bijvoorbeeld een uitstroomprofiel over het sociaal ondernemen zodat studenten meer kennis krijgen over het sociaal ondernemen. Het sociaal ondernemen is een nieuw en groeiend fenomeen met veel raakvlakken in de zorgsector. Het creëren van bijvoorbeeld een uitstroomprofiel (Lummen, van Echten, & Stormink, 2015) zou vele mogelijkheden en nodige kennis verschaffen.

Uit het onderzoek is naar voren gekomen dat sociaal ondernemers veel voordelen zien in de samenwerking met studenten en dat studenten een rol kunnen spelen in de ontwikkeling van de sociale ondernemingen. Een mooi vervolg zou zijn, dat studenten meer gestimuleerd worden vanuit Saxion Hogeschool om een rol te spelen in sociale ondernemingen. Hierbij kunt u denken aan: Stage, Bachelor onderzoek of minor.

Met dit onderzoek is er een inventarisatie gedaan binnen de sector van het sociaal ondernemen en is er kennis vergaard waarmee vervolg onderzoek zou kunnen worden gedaan. Een vervolg onderzoek zou een explorerend onderzoek kunnen zijn. Met een explorerend onderzoek hoopt de onderzoeker meer nieuwe inzichten te verkrijgen (Soudijn, 2005). Er kan met een explorerend onderzoek meer in worden gegaan op de materie waardoor meer diepgang zal worden gecreëerd. Doordat dit een inventariserend onderzoek was en door een aantal zwaktes van het onderzoek is niet de gewenste diepgang bereikt. Dit zou dus met een explorerend vervolg onderzoek wel gedaan kunnen worden. Ook zou meer onderzoek een meerwaarde kunnen zijn voor toekomstige samenwerkingen tussen studenten en sociaal ondernemers en tussen ondernemers onderling.

7. Sterktes en zwaktes

Het sociaal ondernemingschap is een nieuwe manier van ondernemen. In het onderzoek kwam dat naar voren doordat de onderzoekers erg weinig respondenten hadden omdat het vinden van sociale onderneming erg lastig was. De rechtsvorm voor een sociale onderneming is niet wettelijk vastgelegd. Daardoor zijn sociale ondernemingen niet makkelijk te vinden.

In de uitnodiging voor een interview, aan sociale onderneming, is verwezen naar een zelf test voor sociale ondernemers. Deze zelf-test test of een onderneming een sociale onderneming is. Een aantal van de benaderde sociale onderneming hebben deze test gedaan. Veel van deze ondernemingen kwamen er achter geen sociale onderneming te zijn door middel van deze zelf-test. De redenen daarvan waren uiteenlopend. Hierdoor vielen veel kandidaten voor een interview af. Doordat het sociaal ondernemingschap erg nieuw is en veel ondernemers zelf niet weten of zij een sociale onderneming zijn, is het voor dit onderzoek lastig geweest om respondenten te vinden.

Omdat het sociaal ondernemen een nieuwe manier is van ondernemen en er nog weinig over bekend is, is het voor de onderzoekers pas achteraf duidelijk geworden hoe de vragen in het interview het beste gesteld hadden kunnen worden. Daarmee wordt bedoeld dat de onderzoekers de interviewvragen hebben gebaseerd op de theoretische kennis. In de praktijk bleek deze vragenlijst minder diepgang te geven dan gewenst was. Verder hadden de onderzoekers, vanuit de opleiding, weinig tot geen kennis over de sector van het sociaal ondernemen.

Daarnaast is opgevallen dat de respondenten soms moeite hadden met het beantwoorden van de vragen tijdens de interviews. Hierdoor is niet altijd de gewenste informatie verkregen. Tijdens het afnemen van de interviews viel ook op dat bij een groot deel van de interviews storende factoren aanwezig waren. Hierbij kunt u denken aan telefoons die overgingen en respondenten die telefoons opnamen tijdens het interview. Ook is het bij verschillende interviews gebeurd dat er mensen binnen kwamen tijdens het interview en hierdoor een storende factor waren.

Een sterkte van dit onderzoek is dat de onderzoekers beide de data hebben geanalyseerd en hierover samen hebben gediscussieerd. Door middel van dit proces zijn de meningen en visies van beide onderzoekers aanbod gekomen waardoor overwogen conclusies trokken konden worden.

8. Discussie

Door dit onderzoek, en door middel van de werving van respondenten, is een thema aan bod gekomen waar ondernemers en sociaal ondernemers over zijn gaan nadenken. Het thema sociaal ondernemingschap is met dit onderzoek onder de aandacht gebracht. Voor het onderzoek zijn respondenten geworven via email en telefoon. Tijdens deze werving is het sociaal ondernemingschap door middel van de Europese definitie van het sociaal ondernemen gepresenteerd (Social Enterprise A, 2013).

Door aandacht te schenken aan het sociaal ondernemen wordt duidelijk wat het sociaal ondernemen inhoudt en gaan ondernemingen nadenken over hun positie binnen het ondernemingschap. Veel ondernemingen hebben hierdoor een beter zicht gekregen op hun positie. Meer dan de helft van de gecontacteerde ondernemingen kwam door middel van de Europese definitie tot de conclusie dat zij geen sociale onderneming zijn (Social Enterprise A, 2013).

Dit onderzoek heeft tevens licht geworpen op een samenwerking tussen sociale ondernemingen en studenten. Omdat het sociaal ondernemen een nieuw fenomeen is, zal door een samenwerking met studenten het sociaal ondernemen meer naamsbekendheid krijgen. Daardoor kan een eventuele groei ontstaan van het sociale ondernemingschap. De studenten zijn namelijk de toekomstige ondernemers. Het onderwerp sociaal ondernemen zou voor social work studenten interessant kunnen zijn. Het sociale deel van het sociaal ondernemen zal goed aansluiten bij social work studenten. Verder kunnen zij nieuwe kennis en ervaring op doen binnen het ondernemerschap.

De samenleving is aan het veranderen van een verticale centrale verzuilde samenleving naar een horizontale decentrale netwerk samenleving (Rotmans, 2012). Dus met andere woorden, de samenleving is aan het veranderen van een verzorgingssamenleving naar een participatie samenleving. Het sociaal ondernemen is een schakel binnen de verandering van een verzorgingssamenleving naar een participatie samenleving (Sterk, Specht, & Walraven, 2013). Sociale ondernemingen zorgen er voor dat veel mensen met bijvoorbeeld een afstand tot de arbeidsmarkt weer kunnen deelnemen en participeren in de maatschappij.

Volgens Social Enterprise is het sociaal ondernemen een internationaal fenomeen. "De zogenaamde Sociale Economie creëert maar liefst 6% van de totale Europese werkgelegenheid. Dat komt neer op zo'n 11 miljoen arbeidsplekken binnen de Europese Unie" (Social Enterprise A, 2013). In Nederland creëert de sociale economie 24.000 tot 30.000 banen, ondanks dat Nederland achterloopt in vergelijking met andere landen (McKinsey & Company, 2011). Er ligt dus een kans voor Nederland om te groeien binnen deze sector. Deze groei is nu al zichtbaar omdat de werkgelegenheid bij sociale ondernemingen in Nederland naar schatting zo'n 25 procent gestegen is in de afgelopen twee jaar (Social Enterprise C, 2013). Hieruit blijkt dat het er mooie kansen liggen voor social work studenten om actief te zijn in het sociaal ondernemingschap.

Wij als onderzoekers zijn van mening dat de maatschappij veel baat heeft bij de ontwikkeling en groei van het sociaal ondernemen. Ten eerste creëert deze sector banen voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Ten tweede creëert het sociaal ondernemen mogelijkheden en banen voor de social work sector. Ook zijn wij van mening dat het onder de aandacht brengen van het sociaal ondernemen,

bijvoorbeeld door het opnemen van het sociaal ondernemen in het onderwijs, er voor zorgt dat er nog meer ontwikkeling en groei zal ontstaan binnen deze sector. En meer ontwikkeling en groei zorgt voor meer werkgelegenheid. In dit onderzoek hebben wij ons gericht op deze integratie in het onderwijs en mogelijkheden aangeboden voor onder andere samenwerking tussen studenten en sociaal ondernemers.

Bibliografie

- Baarda, B. (2014). *Dit is onderzoek*. Groningen/Houten: Noordhoff uitgevers.
- Baarda, D. D., Goede, D. M., & Teunissen, D. J. (2009). *Kwalitatief onderzoek*. Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers.
- Binnenlands bestuur. (2012, juli). *Meer dan 8000 welzijnswerkers ontslagen*. Opgeroepen op juli 2015, van binnenlandsbestuur.nl: <http://www.binnenlandsbestuur.nl/sociaal/nieuws/meer-dan-8000-welzijnswerkers-ontslagen.7540258.lynkx>
- Bloom, P. (2012). *Scaling your social venture. Becoming an impact entrepreneur*. . New York: Palgrave MacMillan .
- Crowdfunding.nl. (2014). *Wat is crowdfunding?* Opgeroepen op April 2015, van Crowdfunding.nl: <http://www.crowdfunding.nl/wat-is-crowdfunding/wat-is-crowdfunding/>
- Dees, J. (1998, Oktober). *The meaning of "Social Entrepreneurship*. Opgeroepen op juli 2015, van Gratuete School of Stanford Business: <http://csi.gsb.stanford.edu/sites/csi.gsb.stanford.edu/files/TheMeaningofsocialEntrepreneurship.pdf>
- Franssen, B., & Scholten, P. (2011). *Handboek sociaal ondernemen in Nederland*. Assen: Van Gorcum .
- Helder, E. (2014). Maatschappelijk onderneming en social enterprise. *Tijdschrift voor vennootschaps-rechtspersonenrecht* , 93.
- Hillen, M., Panhuijsen, S., & Verloop, W. (2014, januari). *Iedereen winst. Samen met de overheid naar een bloeiende social enterprise sector*. Opgeroepen op juli 2015, van Social Enterprise : <http://social-enterprise.nl/wp-content/uploads/2014/01/Iedereen-Winst-samen-met-de-overheid-naar-een-bloeiende-social-enterprise-sector-digitaal.pdf>
- Lannoo Campus. (2005). *Netwerken en samenwerking in zorgorganisaties*. Leuven, België : Uitgeverij Lannoo Campus.
- Leadbeater, C. (1997). *The rise of the social entrepreneur* . Opgeroepen op juli 2015, van Demos: <http://www.demos.co.uk/files/theriseofthesocialentrepreneur.pdf?1240939425>
- Lummen, J., van Echten, K., & Stormink, A. (2015, februari). Van hulpverlener naar sociaal ondernemer. *Op weg naar een duurzame toekomst* . Enschede.
- McKinsey & Company. (2011). *Opportunities for the Dutch Social Enterprise sector*. Amsterdam : Social Enterprise.
- Nicholls, A. (2008). *Social Entrepreneurship*. Oxford: Oxford University Press Inc New York.
- Ondernemersplein. (2014). *Rechtsvormen*. Opgeroepen op april 2015, van ondernemersplein.nl: <http://www.ondernemersplein.nl/ondernemen/bedrijf-organiseren/rechtsvormen/info-en-advies/alle-rechtsvormen-op-een-rij/>
- Participatiegids . (2015). *MVO of sociaal ondernemen*. Opgeroepen op maart 2015, van participatiegids.nl: <http://www.participatiegids.nl/stappen/toekomst/mvo-of-sociaal-ondernemen>
- Participatiegids. (2015). *MVO of sociaal ondernemen*. Opgeroepen op maart 2015, van participatiegids.nl: <http://www.participatiegids.nl/stappen/toekomst/mvo-of-sociaal-ondernemen>
- Quote. (2014). *Jouw eerste miljoen*. In M. v. Broeke. Amsterdam: Hearst Magazines Netherlands BV.

- Rabobank. (2013). *Een succesvolle crowdfundingcampagne in 8 stappen*.
Opgeroepen op maart 2015, van Ik ga starten:
<https://www.ikgastarten.nl/financi%C3%ABn/crowdfunding/een-succesvolle-crowdfunding-campagne-8-stappen>
- Regeringsbeleid, W. R. (2008). *Innovatie vernieuwd. Opening in viervoud*. .
Amsterdam: Amsterdam University Press .
- Rietveld, E., & Klinkenberg, N. (2002). *De knikkers en het spel*. Zaltbommel:
Uitgeverij Thema.
- Rotmans, J. (2012). *In het oog van de orkaan: Nederland in transitie*. Boxtel:
Aeaneas .
- Sanders, B., Mulgan, G., Ali, R., & Tucker, S. (2007, March). *Social Innovation: what it is, why it matters, how it can be accelerated*. Opgeroepen op March 2015,
van The young foundation : <http://youngfoundation.org/publications/social-innovation-what-it-is-why-it-matters-how-it-can-be-accelerated/>
- SER . (2015, april). *Versterken samenwerking*. Opgeroepen op april 2015, van ser.nl:
<https://www.ser.nl/nl/actueel/persberichten/2010-2019/2015/20150411-sociale-ondernemingen.aspx>
- Smit, A., & Brouwer, P. (2014, april). *Opschalen van succesvolle ondernemingen*.
Opgeroepen op juli 2015, van Social Enterprise: <http://social-enterprise.nl/wp-content/uploads/2014/10/Rapport-Opschalen-social-enterprises-definitief.pdf>
- Social Enterprise. (2015). *De Social Enterprise Monitor 2015*. Amsterdam : Social Enterprise.
- Social Enterprise A. (2013). *Wat is een social enterprise?* Opgeroepen op maart 2015, van social-enterprise.nl: <http://social-enterprise.nl/portfolio/wat-is-een-social-enterprise/>
- Social Enterprise B. (2013). *Kansen en belemmeringen*. Opgeroepen op maart 2015, van Social-enterprise.nl: <http://social-enterprise.nl/portfolio/kansen-en-belemmeringen/>
- Social Enterprise C. (2013). *Positie tussen overheid, bedrijfsleven en goede doelen*.
Opgeroepen op maart 2015, van social-enterprise.nl: <http://social-enterprise.nl/portfolio/wat-is-een-social-enterprise/>
- Social Enterprise D. (2013). *Internationale context*. Opgeroepen op juni 2015, van Social-enterprise: <http://social-enterprise.nl/portfolio/internationale-context/>
- Social Enterprise E. (2013). *Groeikapitaal*. Opgeroepen op juli 2015, van Social Enterprise: <http://social-enterprise.nl/portfolio/groeikapitaal/>
- Social Enterprise F. (2013). *Facts & Figures: social enterprises in Nederland*.
Opgeroepen op juli 2015, van Social Enterprise.nl : <http://social-enterprise.nl/portfolio/facts-figures-social-enterprises-in-nederland/>
- Soudijn, K. (2005). *Onderzoeksverslagen schrijven*. Houten: Bohn Stafleu van Loghum .
- Sterk, E., Specht, M., & Walraven, G. (2013). *Sociaal ondernemerschap in de participatie samenleving*. Apeldoorn: Garant.
- Verhagen, H. (2011). *De Duurzaamheidsrevolutie* . Westervoort : Samenwerkende Uitgevers VOF.

Bijlage 1. Ontwikkelingscriteria beroepshouding

Bijlage 1. Ontwikkelingscriteria Beroepshouding, leerpakket 8

	Oriëntatieniveau 1	Reproductieniveau 2	Productieniveau 3	Feedback
Stelt vraag burgers/ cliënten centraal	Toont begrip voor de vragen, behoeften en belangen van burgers/ cliënten	Heeft inzicht in wisselende vragen/ behoeften van burgers/ cliënten	Communiqueert op verschillende niveaus met burgers/ cliënten	
	Is nieuwsgierig naar de leefomgeving en de verhalen vanuit burgers/ cliënten	Gaat met burgers/ cliënten in gesprek over verhalen uit de leefomgeving	Signaleert manifeste en verborgen vragen van burgers/ cliënten	
	Luistert goed naar vragen en behoeften van burgers/ cliënten	Reageert op empathische wijze op vragen en behoeften van burgers/ cliënten	Anticipeert op vragen van burgers/ cliënten door een flexibele inzet van diverse methoden en technieken	
Is proactief	Is initiatiefrijk in het aangaan van contacten met burgers/cliënten en hun netwerk	Betrekt personen uit het netwerk van de burgers/cliënten erbij om contact te leggen en om signalen te verhelderen	Zoekt actief burgers/ cliënten op in hun eigen leefomgeving van wie bekend is, of het vermoeden bestaat, dat zij met problemen kampen en kan omgaan met eventuele weerstand tegen hulpverlening (zorgmijders)	

	Houdt actief contact met professionals uit de eigen discipline	Houdt actief contact met professionals uit de eigen en andere disciplines	Kan verbindingen leggen met andere professionals	
	Herkent signalen over burgers/ cliënten die problemen geven of hebben en neemt ze serieus	Is alert op signalen van andere professionals over burgers/ cliënten en neemt ze serieus	Pakt signalen uit de omgeving en van andere professionals op en onderneemt actie	
Is betrokken en toegankelijk	Creëert een wederzijdse sfeer van openheid en vertrouwen	Durft in de sfeer van openheid en vertrouwen ook (confronterende) feedback te geven waar nodig	Kan de relatie met de cliënt inventief en nuancerend onderhouden	
	Weet hoe met vertrouwelijke informatie om wordt gegaan	Kan uitleggen hoe met vertrouwelijke informatie om wordt gegaan	Handelt volgens wet- en regelgeving rondom privacy en kan de betekenis van de hulpverlening verhelderen	
	Laat zien eerlijk en oprecht te zijn en het goed voor te hebben met burgers/cliënten	Kan voorgenomen beslissingen bespreekbaar maken en uitleggen	Durft authentiek te opereren, is in staat zelfstandig beslissingen te nemen en kan dit beargumenteren	
	Is zich bewust van het culturele referentiekader, de leeftijd en sekse van de burgers/ cliënten	Verplaatst zich in het culturele referentiekader, de leeftijd en sekse van de burgers/cliënten en staat open voor uitingsvormen hiervan	Laat in de werkwijze zien om te kunnen gaan met culturele referentiekaders, de leeftijd en sekse van burgers/ cliënten	

	Is nieuwsgierig naar wat burgers/cliënten beweegt, gaat niet uit van veronderstellingen of eerdere ervaringen	Kan omgaan met conflicterende waarden en normen in relatie tot burgers/cliënten	Kan omgaan met conflicterende waarden en normen tussen collega's en andere professionals	
Is handelingsgericht	Stelt zich flexibel op qua tijd en werkplek	Stelt zich flexibel op ten aanzien van uit te voeren werkzaamheden	Richt eigen werkzaamheden flexibel in	
	Laat zien hoofd- en bijzaken te kunnen onderscheiden	Stelt de juiste prioriteiten en kan anticiperen op veranderingen	Kan improviseren in situaties die daarom vragen	
	Laat waar mogelijk het initiatief bij burgers/cliënten	Blijft contact zoeken wanneer burgers/cliënten niet direct open staan voor het contact	Werkt vanuit een doortastende en out-reachende houding	
	Kan omgaan met tegenslagen	Houdt, ondanks tegenslagen, de uitgezette lijn voor ogen en blijft hieraan werken	Neemt beslissingen ook in moeilijke onverwachte situaties	
Laat regie bij de burgers/cliënten	Geeft burgers/ cliënten steun en vertrouwen	Maakt burgers/cliënten ervan bewust dat ze zelf keuzes kunnen maken en geeft hen die ruimte om dat te doen	Laat burgers/cliënten zelf nadenken en oplossingen aandragen om daarmee eigen regie te vergroten en ondersteunt hen hierbij	
	Is zich bewust van de voorbeeldfunctie ten aanzien van sociale omgangsvormen	Motiveert burgers/cliënten tot het nemen van eigen initiatief en verantwoordelijkheid ten	Legt contacten met het sociale netwerk en benut kansen om de eigen regie van burgers/ cliënten te	

		aanzien van sociale omgangsvormen	vergroten	
Kijkt over grenzen heen en is innovatief	Is enthousiast en straalt vertrouwen uit	Durft risico's te nemen en nieuwe wegen te bewandelen	Toont aan in processen met een lange looptijd mee te werken en waar nodig nieuwe oplossingen aan te dragen	
	Is ondernemend en creatief	Staat open voor nieuwe inzichten, ideeën, andere werkwijzen en methodieken	Is ondernemend ten aanzien van nieuwe inzichten, ideeën, andere werkwijzen en methodieken en past ze toe	
	Staat open voor alternatieve oplossingen	Kan alternatieve oplossingen bedenken	Kan zelfstandig beslissingen nemen ten aanzien van aangedragen alternatieve oplossingen en (waar nodig) zich los maken van het eigen organisatieaanbod	
Werkt samen en stemt af	Durft vragen te stellen over standpunten, motieven en belangen van anderen	Kan overleggen met andere collega's om tot een gezamenlijk standpunt te komen rekening houdend met motieven en belangen van anderen	Kent organisaties en professionals en hun aanbod die werkzaam zijn in de omgeving en bouwt netwerken op rekening houdend met motieven en belangen van anderen	

	Draagt zorg voor goede bereikbaarheid en informatie-uitwisseling	Deelt kennis en ervaring met collega's en kan dit onderbouwen	Deelt kennis en ervaring met andere professionals en organisaties en onderbouwt dit met heldere argumenten	
	Komt afspraken na, neemt verantwoordelijkheid	Spreekt anderen aan op hun verantwoordelijkheden	Investeert in de collegiale samenwerking door oog te hebben voor onderlinge relaties	
Professionele dialoog en reflectie	Neemt de tijd om stil te staan bij eigen werkwijze	Staat stil bij gemaakte keuzes, ingezette vaardigheden en reflecteert daarop	Kan vanuit de organisatorische en maatschappelijke context reflecteren	
	Is in staat te reflecteren op eigen doelen die worden nagestreefd	Is in staat theorieën te koppelen aan na te streven doelen	Neemt de eigen regie en verantwoordelijkheid ter verbetering van eigen prestaties	
	Is zich bewust van eigen handelen	Kan reflecteren op eigen handelen en is zich bewust van het effect en de consequenties hiervan op burgers/ cliënten	Kan reflecteren op het niveau van de beroepsgroep en herkent kansen voor verbetering	
	Oriënteert zich op mogelijkheden die beschikbaar zijn voor eigen ontwikkeling	Weet welke mogelijkheden beschikbaar zijn voor eigen ontwikkeling	Maakt optimaal gebruik van de mogelijkheden die voor eigen ontwikkeling beschikbaar zijn	

	Bewaakt eigen grenzen	Kent de grenzen van eigen deskundigheid	Kent grenzen van eigen beroepsgroep	
--	-----------------------	---	-------------------------------------	--

Bijlage 2. Label- schema

Label schema interviews

Wat is sociaal ondernemen?

Label	Sublabel	Fragment
Definitie	Doelgroep	‘dat ze zich vooral richten op het bieden van werkgelegenheid voor mensen met minder kans op de arbeidsmarkt’. (resp. 1)
		‘Dat je zorgt dat mensen zich thuis voelen en je atmosfeer laagdrempelig is’. (resp. 6)
		‘Een sociale onderneming betekend dat je de leerling, en dan praat ik over de jong volwassenen, alle ruimte geeft om zichzelf te ontdekken. Geen druk, geen commercieel belang der op heb. Deze groep heeft al sowieso al problemen anders hadden ze wel gewoon werk gehad of hun school afgemaakt’. (resp. 3) ‘zonder druk proberen tot ontplooiing te laten komen en ik doe dat vooral in de techniek’. (resp. 3)
	Helpen	‘Nou mijn eigen visie is eigenlijk wat mijn vader altijd zegt een echte sociaal ondernemer rijdt in een oude Volvo. want je hebt

		geen geld zeg maar besteed je aan dingen wat niet nodig is wat je ook kan uitgeven om mensen te helpen. Dat vind ik sociaal ondernemen'. (resp.4)
	Non profit	'Nou ik vind dat wij een sociale onderneming zijn, omdat we sowieso geen winstoogmerk hebben'. (resp. 5)
		'Nou wij zijn onderdeel van de SWB sociale werk leer bedrijven en ja en dat kun je zien als een onderdeel van de gemeente dus mocht er al winst gemaakt worden dan gaat dat gewoon naar de reserves. Er is verder geen aandeelhouder die zegt geef mij maar even dividend'. (resp. 2)
	Maatschappelijke impact	Dus ja het is intern dat ik vind dat wij een sociale onderneming zijn omdat we dat ook uit proberen te dragen dat je alle mensen gelijk benaderd en bejegend. (resp. 5)
		'Ja je krijgt er volgens mij ook geen 1 definitie van. Maar ik vind het zelf belangrijk, maatschappelijk verantwoord ondernemen. Ook voor de maatschappij en dat op eigenlijk op allerlei gebieden. Maatschappelijk

		verantwoord ondernemen. En ook milieu gezien he'.(resp. 2)
	Samenwerking	We proberen niet alleen met de doelgroep waar wij onze inkomsten uit krijgen samen te werken maar ook met bedrijven in de omgeving. Om te kijken of je daar mee samen kan werken hetzij in de vorm van dat zij ons sponseren en wij een wederdienst geven. (resp. 5)
De sociale onderneming	Doelstelling	'Ja het is een bedrijf met een drie ledig doel. In de eerste plaatst een stukje confectie dus productie weer terug brengen naar Twente en de achterhoek. Twente heeft een hele rijke uuhm cultuur, historie op het gebied van uuhm ja textiel en confectie'. (resp. 1)
		'Mijn doelstelling is eigenlijk het vak te laten leren door een vak man'. (resp. 3)
		Maar wij zijn vriendelijker dat is sociaal dat is sociaal gedrag (resp. 6)
	Missie	'Onze missie is ook dat wij een sociale ontmoetingsplek zijn'. (resp. 6)
		'en de maatschappelijke missie is het ja, het zo zelfredzaam mogelijk maken van mensen. En die zo lang zo lang mogelijk thuis laten wonen'. (resp.4)

	Stage plekken	'Eigenlijk heeft het ROC, wat betreft de modeopleiding een redelijke grote problemen met het vinden van stages die willen wij hier mede gaan bieden'. (resp. 1)
	Praktijk	'En dan hebben wij 10 tot 15 leerwerkplekken. En die worden ingevuld door stagiaires, mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt en mensen vanuit de bijstand en ja mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt dus' 'Ja drie tot zes maand krijgen zij de kans om het niveau weer wat op te krikken en om weer te wennen aan een werkdag en een werkweek. Werkervaring op te doen en vanuit een eigenlijk een werkplek dus solliciteren'. (resp. 2)
	Ontwikkeling	'Ja het door ontwikkelen van mensen die minder kansen hebben eigenlijk'. (resp. 2) 'Ja, en ondanks dat we heel graag dat sociale bedrijf willen blijven en die maatschappelijk verantwoordelijkheid naar ons toe willen trekken zijn we nu genoodzaakt om toch wat professioneler en commerciëler te worden'. (resp. 2)

		Met hun eigen label op de markt gaan komen. en daar mee hun kansen weten te benutten en daar proberen wij ze hier ook mee te helpen'. (resp. 1)
		'Toen hebben we hier in de gemeente Doetinchem en Bronckhorst hebben wij een stichting opgericht . stichting techniek lokaal Doetinchem Bronckhorst en dat draait nu al weer in middels 8 9 jaar. En alle scholen alle basisscholen krijgen er techniek les. en op een gegeven moment, ben je ondernemer denk je van, oke het loopt en nu? En toen kreeg ik steeds meer vraag, van ik ben een metaal man, kun jij ook voor leerlingen metaal les verzorgen of kun je een las diploma verzorgen of kun jij dit. ja dat kan ik wel, is geen probleem'. (resp. 3)
	Vrijwilligers	Ja eigenlijk zie ik de deelnemers als ja vrijwilligers. Ze doen het werk natuurlijk hier in principe zonder dat daar een vergoeding tegenover staat. Ja ze houden hun uitkering.(resp. 2)
	Doelgroep	'En dan kom je met die jongeren in gesprek en dan merk je dat ze moeite hebben om zich te settelen bij een bedrijf. Omdat ze andere denkbeelden hebben of omdat dat ze

		toch het... missen of thuis situaties problemen opleveren. of gewoon sociaal niet zo handig zijn. Dat ze bij een bedrijf kunnen blijven werken. En toch willen ze wel graag aan de arbeid'. (resp. 3)
		En buiten dat wij paardrijlessen als therapie geven is het ook onze bedoeling om ruiters zonder beperking ook in contact te brengen met ruiters met beperking. (resp. 5)
		'En toen was eigenlijk met kinderen en techniek was nog heel weinig en heb ik voor basisschool kinderen, en toen ben ik daar begonnen met een techniek lokaal voor basisschool kinderen'. (resp. 3)
	Zelfredzaamheid	'Mijn onderneming die maakt netwerken om domotica heen. Dus als mensen dus bijvoorbeeld een been gebroken hebben en ze wonen nog thuis en ze hebben geen mantelzorg netwerk dan wordt er dus een stukje een alarm geplaatst waar ze op kunnen drukken, personen alarmeren. en dan komt dan iemand. het netwerk er om heen, maken we dan ook , de buurman komt dan even kijken'. (resp.4)
		'en de maatschappelijke missie is het ja, het zo zelfredzaam mogelijk maken van mensen. En die zo lang

		zo lang mogelijk tuis laten wonen'. (resp.4)
	Gelijkheid	'Dus ja het is intern dat ik vind dat wij een sociale onderneming zijn omdat we dat ook uit proberen te dragen dat je alle mensen gelijk benaderd en bejegend'. (resp. 5)
	Rechtsvorm	'wij zijn een stichting voor paardrijden'
		'We zijn ook een stichting dus er is geen winstoogmerk, maar goed in het verleden was het subsidie gedreven'. (resp. 2)
		Toen hebben we hier in de gemeente Doetinchem en Bronckhorst hebben wij een stichting opgericht . stichting techniek lokaal Doetinchem Bronckhorst
	Ondernemen	en in dat stadium zitten we nu momenteel dat we 60 procent commercieel zijn en 40 procent sociaal. En met die 60 procent kunnen we die 40 procent betalen .

Welke kansen en belemmeringen ondervinden de verschillende sociaal ondernemers in Oost Nederland?

	Betrokkenheid	'die factoren zitten in betrokken onderneming schap, maatschappelijk onderneming schap zou je kunnen zeggen'. (resp. 1)
	Financiën	'En die zitten ook in het ter

		beschikking komen van voldoende financieringsbronnen.’ (resp. 1) ‘Dus ze zullen er meer mogelijkheden moeten worden geschapen om wel financiering aan te kunnen trekken’. (resp. 1)
		‘Toch wel een beetje financiële kennis van uit de zorg dat vind ik een heel groot gemis, zeg maar van uit de opleiding gezien, financiële kennis’. (resp.4)
		‘Hoe individueler je werkt in het paardenwerk hoe duurder het is want je hebt wel je accommodatie je hebt de paarden je hebt mensen die instructie geven en de verzorging van de paarden’.(resp. 5) ‘We proberen wat met vrijwilligers te doen we proberen wat met sponsors te doen maar het is lastig het enige wat voor ons de kostenprijs oplevert en als we de met wat meer mensen mee kunnen werken wat boven de kostprijs zit dat zijn de lessen die geïndiceerd worden door de revalidatieartsen door het Roessingh’. (resp. 5)
	Kennis	‘Ik denk maar dat zal vanuit de overheid moeten komen, om beter met sociale onderneming, een betere aansluiting te krijgen bij het

		onderwijs want dat is echt drastisch slecht’.
		‘Alleen daar hebben wij eigenlijk mensen van buiten af voor nodig die daar over na kunnen denken’. (resp. 5)
	Stimulans	‘stimulans, je moet een tijd hebben vanuit, bijvoorbeeld je moet niet de hele tijd in de les banken zitten dus dat vind ik wel belangrijk’.
		‘Dan moet je naar de lokale politiek kijken, waar die nou mee bezig zijn’. (resp. 6)
	Marketing	‘marketing tools, je moet ook leren marketing de praktisch kant van de zorg inzicht dat weet je hoe dat werkt’. (resp.4)
		‘Nou op dit moment moeten wij een stuk aan marketing meer gaan doen’. (resp. 5) ‘En een stuk marketing dat kan ook een hele goede optie zijn Invulling van de website, mensen van die filmpjes kunnen maken die foto’s kunnen maken. Zorgen dat zaken <i>up to date</i> blijven’. (resp. 5)
		‘Ik denk dat dat vooral te maken heeft met klandizie ‘, (resp. 6)

Belemmering	Wet en regelgeving	'ja een belemmering ik denk dat de uitkeringsinstantie als het uuv bij uitstek een voorbeeld is van een belemmerende factor'. (resp. 1) 'Dus het uuv is echt een, een heel erg belemmerende factor'. (resp. 1)
		'Ja, en ondanks dat we heel graag dat sociale bedrijf willen blijven en die maatschappelijk verantwoordelijkheid naar ons toe willen trekken zijn we nu genoodzaakt om toch wat professioneler en commerciëler te worden'. (resp. 2) 'Ja, maar goed den haag legt het decentraal neer en op een manier. Ja goed ik weet alle ins en outs natuurlijk niet. Ik weet wel dat de gemeente in Nederland daar wel heel erg mee worstelen hoe ze daar uitvoering aan moeten geven'. (resp. 2)
		'ja ik moet, omdat ik een eenmanszaak ben, moet ik overal belasting over betalen. gewoon volledig 21 procent en nog eens 50 procent wil ik mij zelf loon geven zeg maar. Privé onttrekkingen heet dat dan'. (resp.4)
		'het wordt wel gestimuleerd door de overheid maar de wet en regelgeving moeten

		ze er nog even op aanpassen zeg maar. Ze willen wel maar in de praktijk wordt je gewoon wel tegen gehouden door de wet en regelgeving'. (resp.4)
		Nou wij hebben een aantal mensen die rijden hier met een pgb. Maar wat ik wel vind is dat met dat alles bij de gemeente terecht gekomen is dat er gewoon geen doorkomen meer aan is. (resp. 5) We proberen nu een weg te vinden om een goedkeuring te krijgen voor bepaalde cliënten zodat we dat ook vergoed kunnen krijgen vanuit het WMO. Nou je komt er gewoon niet door.(resp. 5) Ja en ondoorgrondelijke lijnen.(resp. 5)
		'Tegenwoordig is het verplicht om een arbeidsgehandicapten aan te nemen of daar willen ze in ieder geval heen, en dan denk ik van, je kunt een ondernemer niks verplichten. Een ondernemer wil alleen mee werken als het financieel een voordeel hebben'. (resp. 3)
		'Ze moeten ons meer structureel helpen, en niet een keer een druppel geven. Als je wil dat de stad vooruit gaat moet je daar in

		investeren'. (resp. 6)
	Financiering	'Financiering. Dat blijft een lastige, je krijgt je geld wel maar je moet als ondernemer moet je durven, geld durven vragen maar ook inderdaad belemmering is het geld inderdaad. je moet heel creatief worden met de financiering tegenwoordig'. (resp.4)
		'En als er dan van alle kanten gekort wordt word het lastig om zoiets er bij te doen want het kost een hoop geld'. (resp. 5)
		'We hebben een bruikleen contract, en hoeven alleen gas water en licht te betalen, maar als ze iets anders met dit pand willen doen, moeten we hier weg'. (resp. 6)
		'Het is al moeilijk met gas water en licht, dus i k maak me al zorgen over de verwarming in winter'. (resp. 6)
	Uitbreiding	'Nou belemmering, is sowieso dat we niet uit kunnen breiden'. (resp. 5)
		'Op dinsdag zitten we hartstikke vol, dit kan niet twee keer in de week met vrijwilligers' . (resp. 6)
	Minder praktijk	'Want er worden wel wetenschappelijke onderzoeken gedaan alleen de mensen die met de handen aan het werk staan dat wordt steeds minder'.(resp. 5)
Kansen	Wet en regelgeving	'de gemeente stimuleren

		wel'. (resp. 1)
	Innovatie	'want we willen ook bedrijfskleding gaan produceren'. 'Dat is bijvoorbeeld enorme kans'. (resp. 1)
		'Wat ook een kans is, dat is een heel ander iets. dat is om in op het gebied van recycling van kleding'. (resp. 1)
		'Ik bedoel als ik producten ga maken, door leerling gemaakt, ook duurzame producten, daar wil ik dan ook weer heen. Dat je zegt van luister, er moeten ook producten zijn die op lange termijn houden en die ook van mensen die, oke daar hebben we wat aan'.
		'Als kans zien we wel de ontwikkeling uh, richting het spiegelen met paarden, coachen met paarden wat we er dus ook wel bij in gaan zetten'.(resp. 5) 'Eigenlijk het therapeutische rijden begint voor ons gevoel een beetje buiten de boot te vallen. Dat we daar een cursussen circuit van gaan maken en <i>know how</i> in huis hebben'. (resp. 5)
		En in innovatief, dat is bij ons. Hebben we ook wel over nagedacht want we hebben ook de vraag gekregen vanuit een

		overkoepelende organisatie daar kon je een bepaald bedrag krijgen als je je als innovatief in dit werk op de markt zou kunnen zetten. Alleen daar hebben we eigenlijk mensen van buitenaf voor nodig die daar overdenken.
	Mogelijkheden	'Ik zie ik zie heel veel kansen'. (resp. 3)
		'ja wat niet, ja de techniek sowieso dat is nog zo onbekend dus je kan nog zoveel dingen bedenken dat ik denk van nou daar kan je nog veel meer dingen mee doen. techniek in laten zette, vooral het stukje techniek en zorg'. (resp.4)
		'Dat die combinatie zeg maar omdat mensen ook minder geld hebben, moeten ze goedkopere oplossingen vinden en dat is dus die techniek'. (resp.4)
	Bijscholing	'daarnaast zie ik nog heel veel, er moet nog heel veel bij geschoold worden bij alle sociale'. (resp.4) 'Mensen die in de sociale sector werken, die moeten allemaal nog opgeleid worden. daar zie ik nog kansen. ja dat vooral ik merk gewoon dat er geen kennis is'. (resp.4)

	Samenwerking	We proberen niet alleen met de doelgroep waar wij onze inkomsten uit krijgen samen te werken maar ook met sociale ondernemingen in de omgeving. Om te kijken of je daar mee samen kan werken hetzij in de vorm van dat zij ons sponseren en wij een wederdienst geven.(resp. 5)
Onderwijs sociaal onderneming	Belangrijk	'Nou dat ik juich ik van ganzen harte toe'. (resp. 1)
		'Vind ik een noodzaak. Ik denk dat je huidige economie die zo draait zo geen stand houd'. (resp. 3)
		'Ik zou het vooral belangrijk vinden dat ze die zakelijk kant meer gaan zien. de zorg moet ook gaan verzakelijken dus ik denk dat dat wel heel belangrijk is'.

Welke mogelijkheden kunnen sociale onderneming bieden aan studenten zodat zij een bijdrage aan de praktijk te kunnen leveren?

Samenwerking	Positief	'Ja dat zou zeer wel tot de mogelijkheden behoren'. (resp. 1)
		'Hartstikke leuk, stimuleren die hap'. (resp.4)
		'Helemaal goed, stuur maar langs'. (resp. 6)
	Gebieden	'ja dat dat zou bijvoorbeeld op bedrijf economisch gebied kunnen en commercieel gebied'. (resp. 1) 'om te kijken hoe op commercieel communicatie pr en bedrijfseconomisch en ondersteuning geboden kan worden'. (resp. 1)
		'eerst word die bij geschoold op het gebied van domotica want en dat is de basis en daarna gaat die maar eerst eens een paar mee lopen. hoe zet je zo'n netwerk op . hoe doet een wijk verpleegkundige dat, dan loopt ie eerst maar eens mee. En vervolgen mag die zelf gaan leren en fouten gaan ontdekken waar ik fouten waarin ik steken heb laten vallen, mag hij op lossen'. (resp.4)
		'Het probleem is levensvatbaar blijven, als er vrijwilligers weg vallen dan hebben we een probleem'. (resp. 6)

		'Ja, het zou ook fijn zijn als je e financiële generator hebt zodat je mensen bijvoorbeeld ook tegen een minimum bedrag betalen'. (resp. 6)
		'Omdat wij hier al 30 werken krijg je een tunnelvisie. het zou fijn zijn om iemand van buiten af te hebben die kan kijken naar innovatie mogelijkheden'.
	Motivatatie	'Afhankelijk van de doelstelling is van die leerlingen. wat willen ze leren'. (resp. 3)
		'Ik zou het toe juichen als iemand zeg van, ik moet geld verdienen, hoe kan ik nou geld verdienen, hoe kunnen we geld gaan verdienen. Ik wil dat ook graag een beetje duurzaam en milieu bewust en een beetje goed bezig zijn'. (resp. 3)
	Tastbaar	'Ja iets meetbaars, een situaties waar je nu staat en een situatie waar je zou kunnen staan, een plan om daar te komen. En evaluatie van, hoe zou je zo iets kunnen uitvoeren'. (resp. 3)
	Studenten	'Ja lef voor de duvel niet bang en communicatief wel heel goed anders kom je er niet'. (resp. 1)
		'Zakelijker ik denk vanuit de zorg, vanuit de zorg, toch wel een zakelijk kijk op dingen. gemotiveerd natuurlijk maar ook creatief'. (resp.4)
		'En een stuk marketing dat kan ook een hele goede optie zijn

		Invulling van de website, mensen van die filmpjes kunnen maken die foto's kunnen maken. Zorgen dat zaken <i>up to date</i> blijven'.(resp. 5)
		'Dat lijkt mee en heel goed idee maar ik uh, hoop dat er dan goede studenten gestuurd worden, want ook daarin, we hebben altijd stagiaires gehad van Saxion en we hebben jaren hele goede stagiaires gehad maar de laatste jaren merken we dat ze hun uren willen draaien goedkeuring moeten hebben maar der relatief weinig voor overhebben'. (resp. 5) 'Maar op de een of ander manier missen wij de inzet'. (resp. 5) We hebben meestal twee jaars want vierde jaars daar zijn we niet de geschikte locatie voor'' 'Dus ik denk dat als er goede studenten oplos worden gelaten worden met goed zelf inzicht en ook know how op dit gebied en initiatief en dan zou je daar best wat mee kunnen'.
		'Maar ook mensen die van een ROC komen of een opleiding. Een administratieve opleiding volgen en die hier hun stage kunnen doen. Maar dat kan ook vanuit het Saxion'. (resp.

		2) ‘Als hier een , zeg maar de studenten van HBO niveau, zou je haast al moeten denken aan uiteraard wel de administratieve richting en daar kunnen ze gewoon meedraaien met jaarrekeningen. Schalen stellen en cliëntbesprekingen’. (resp. 2)
	Begeleiding Saxion	‘Ja dan kom ik op een gevoelig terrein natuurlijk. Want ik denk dat de begeleiding ook niet veel is’. (resp. 5) ‘als ik merk hoe die het moet doen en hoe weinig les je naar verhouding krijgt en hoe veel je zelf allemaal moet doen’. (resp. 5) ‘dan kan ik me voorstellen dat je dan na middelbare school komt te zwemmen’. (resp. 5)
	Begeleiding sociale onderneming	Ja, er wordt hier veel tijd besteed aan begeleiding.(resp. 2)
		‘en ik kan vanuit mijn verleden mensen/studenten behoorlijk ja, behoorlijk goed begeleiden’. (resp. 1)
	Mogelijkheden	‘Ja hoor, voor 3 maand of een stage periode of afstudeeropdracht. 1 van de boekhouders is hier blijven hangen en die komt van een HBO opleiding heeft hier stage gelopen en eindschrijving geschreven en die is hier

		blijven hangen'. (resp. 2) 'Je kunt ook een HBO student op een project zetten van procesverbeteringen. En daar een hele scriptie over laten schrijven. Want dat is hier zeker te doen'. (resp. 2)
--	--	---

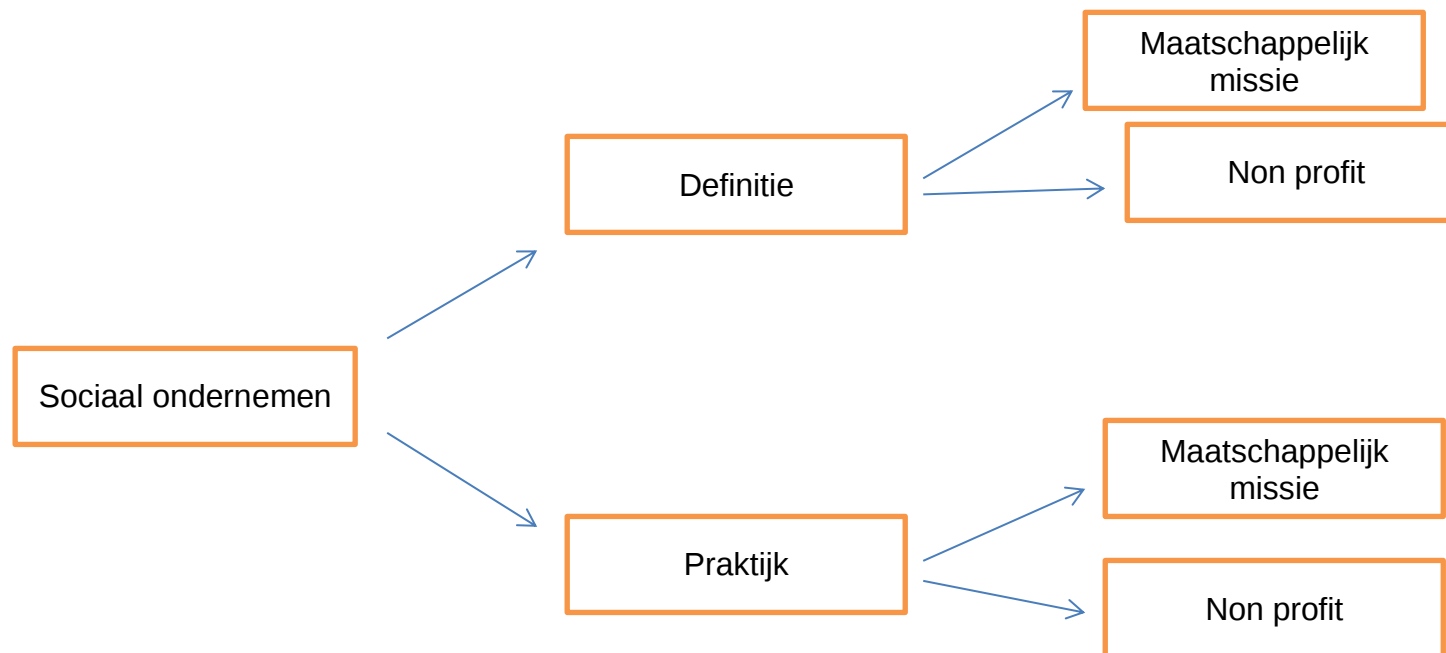
Bijlage 3. Operationalisering

Hoofdvraag

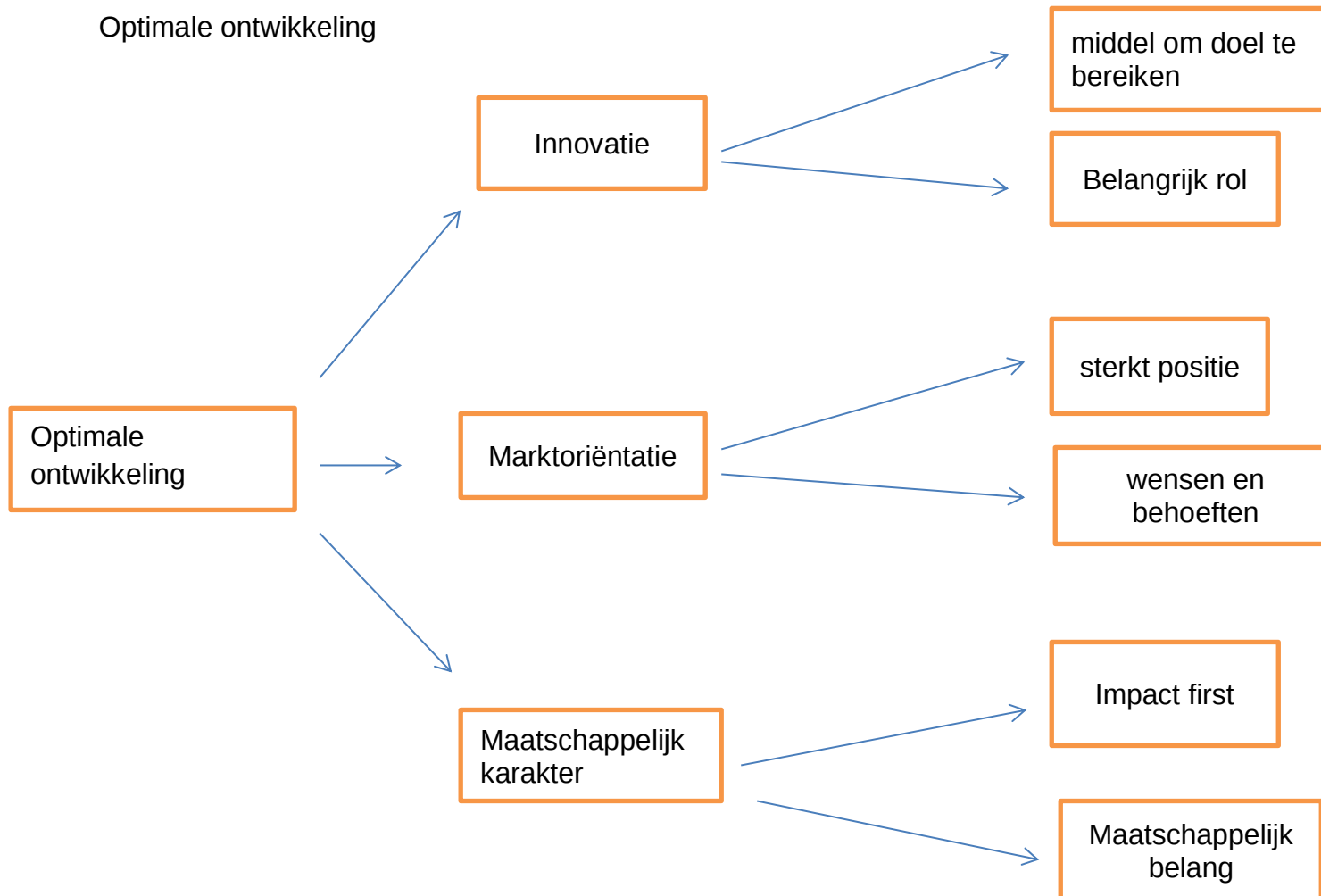
Welke mogelijkheden en beperkingen zien sociale ondernemingen met betrekking tot samenwerken met studenten van Saxion Hogeschool Enschede?

Deelvragen

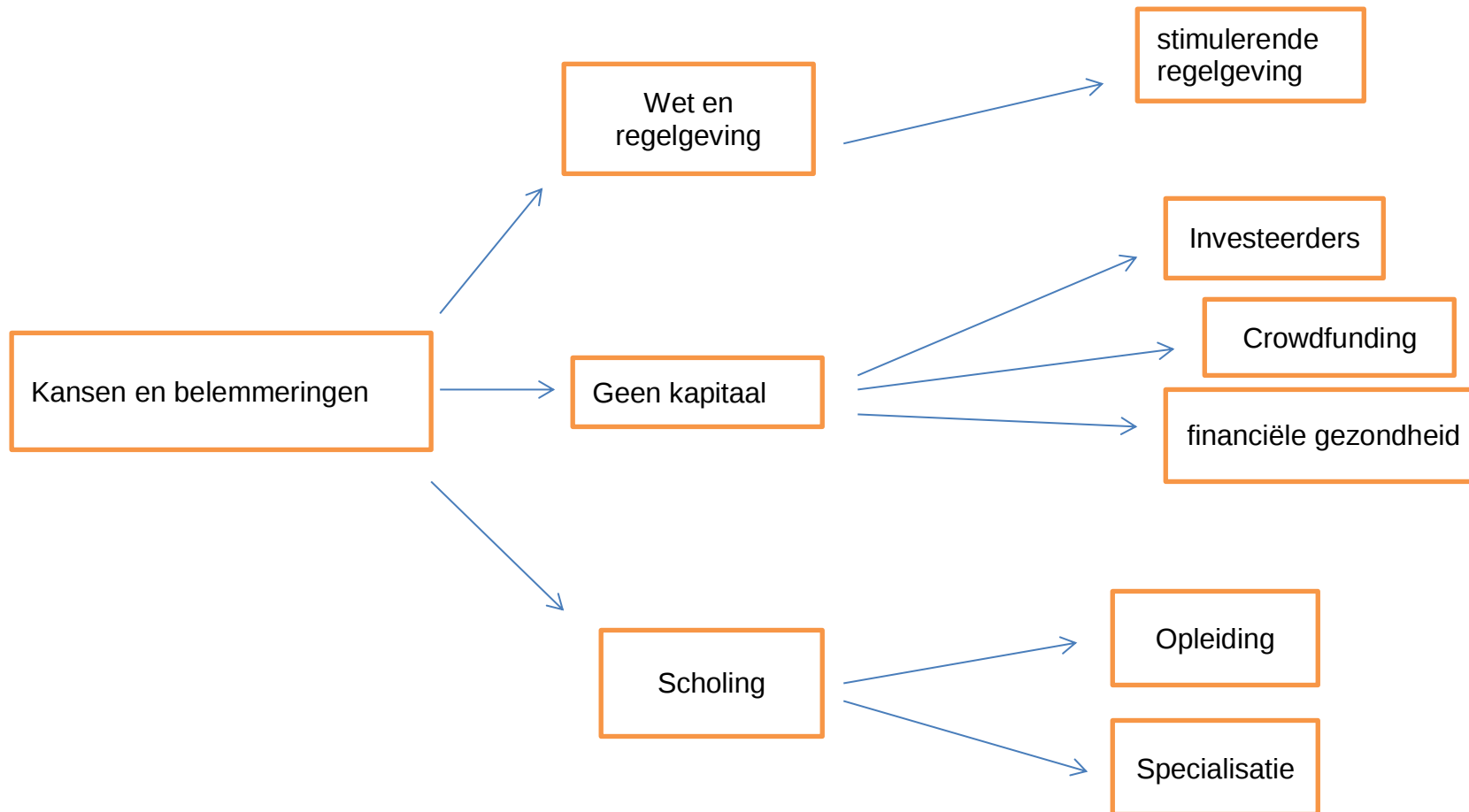
1. Wat is sociaal ondernemen?



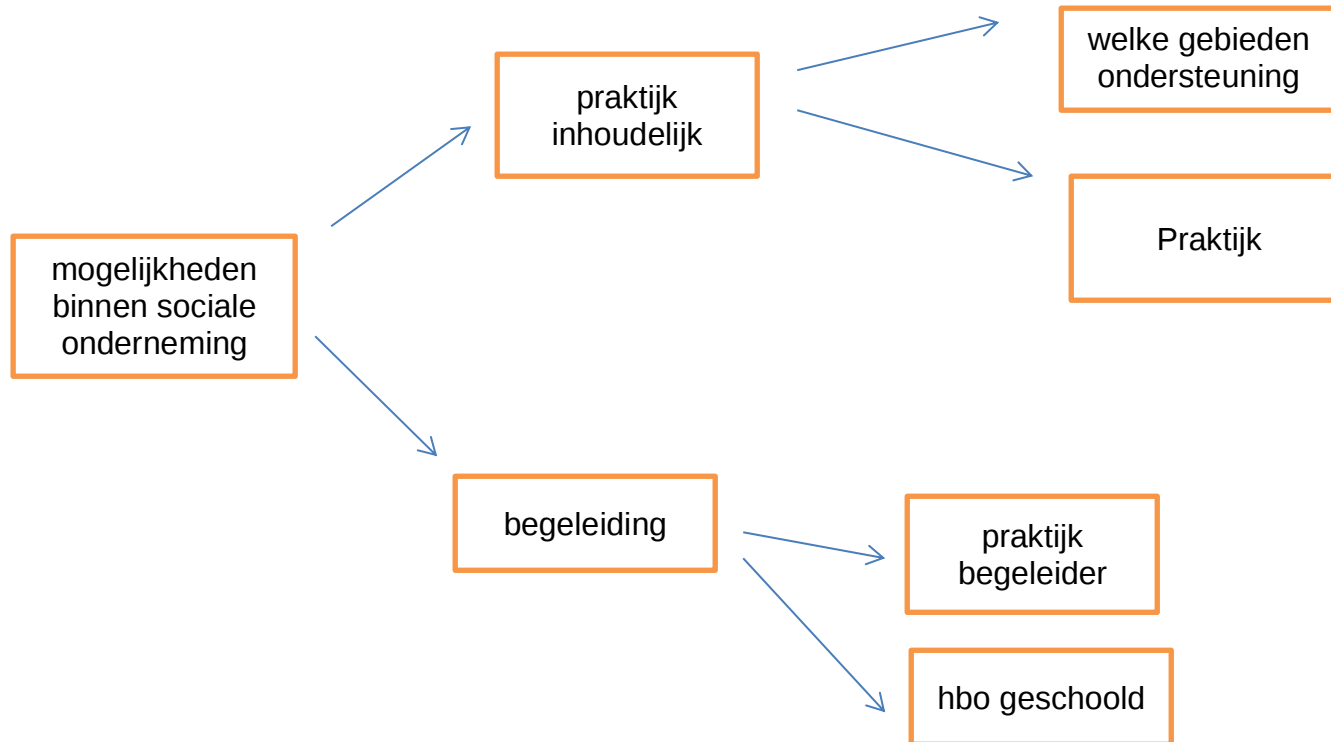
2. Wat heeft een sociaal onderneming nodig voor een optimale ontwikkeling van de onderneming en de uitvoering van de werkzaamheden?



3. Welke kansen en belemmeringen ondervinden de verschillende sociaal ondernemers in Oost Nederland?



4. Welke mogelijkheden kunnen sociale onderneming bieden aan studenten zodat zij een bijdrage aan de praktijk te kunnen leveren?



Bijlage 4. Wervingsmail

Beste Heer/Mevrouw,

Vanuit Saxion Hogeschool zijn wij, Carmel en Lynn, een onderzoek gestart naar sociale ondernemingen. De hoofdvraag van dit onderzoek luidt: Welke mogelijkheden en beperkingen zien sociale ondernemingen met betrekking tot samenwerken met studenten van Saxion Hogeschool Enschede? Nu zijn wij op zoek naar enthousiaste sociale ondernemingen die willen deelnemen aan dit onderzoek. Deze deelname is in de vorm van een interview. Wij zoeken naar sociale ondernemingen waarbij het maken van winst een middel is om het doel te bereiken. Het maken van winst is geen primair doel. Ook moet het maken van maatschappelijke impact hoog in het vaandel staan. *Non profit* en *impact first* zijn hierbij sleutelwoorden. Aangezien sociale ondernemingen nog geen eigen rechtsvorm hebben, zijn wij zelf op zoek gegaan naar ondernemingen die voldoen aan de definitie van een sociale onderneming. Wij werken met de Europese definitie van een sociale onderneming. Deze definitie kunt u vinden op social-enterprise.nl. Wanneer u uzelf kenbaar maakt als een sociale onderneming, zullen wij graag een interview bij u komen afnemen. Graag horen we van u of en wanneer u tijd heeft om dit te laten plaatsvinden. U kunt ons op dit mail adres bereiken. U mag ook telefonisch contact met ons opnemen.

Wij willen u alvast bedanken en hopen spoedig van u te horen.

Met vriendelijke groeten,
Carmel Schreuder &
Lynn Kuipers

Bijlage 5. Evaluatieformulier opdrachtgever



Academie Mens en Maatschappij

EVALUATIE ONDERZOEKSOPDRACHT	
STUDENTGEGEVENS	
Naam:	Lynn Kuipers en Carmel Schreuder
Onderwerp bacheloronderzoek	Sociale ondernemingen
Opleiding	SPH
GEGEVENS INSTELLING/ORGANISATIE	
Naam organisatie + afdeling	Saxion AMM
Onderzoeksbegeleider	Geke Flier
Adres	M.H. Tromplaan 28
Postcode/woonplaats	7513 AB Enschede
Telefoonnummer	053- 4871111
Email	-
Datum	30-10-2015

Hieronder kunt u aangeven wat uw mening is over het bacheloronderzoek.

1. Graag uw mening over het product dat het bacheloronderzoek heeft opgeleverd (aankruisen wat van toepassing is):

	Onvoldoende	Voldoende	Ruim voldoende	Goed
Inhoud (duidelijk, juiste weergave van feiten, voldoende diepgang etc.)		X		
Argumentatie (m.n. conclusies en aanbevelingen)		X		
Bereiken van de afgesproken doelen		X		
Bruikbaarheid voor de organisatie		X		
Heeft u aanvullende opmerkingen over de opdracht? (bijvoorbeeld welke nieuwe gezichtspunten heeft het opgeleverd) Vermeld ze dan hieronder:				
Het onderzoek heeft aangetoond dat het te onderzoeken veld zeer divers is. Dee eerste				

stap is gezet met dit onderzoek. Het kan als basis dienen voor verder onderzoek.

2. Graag uw mening over de wijze waarop het bacheloronderzoek tot stand is gekomen:

	Onvoldoende	Voldoende	Ruim voldoende	Goed
Samenwerking tussen studenten (o.a. taakverdeling)			x	
Samenwerking studenten vs. organisatie		x		
Zelfstandigheid studenten			x	
Effectiviteit van werken van studenten		x		
Omgaan met afspraken/planning				x
Communicatie van studenten				x
Afronding van de opdracht door studenten		x		
Heeft u aanvullende opmerkingen over de wijze waarop de opdracht tot stand is gekomen? (bijvoorbeeld individuele inbreng in geval van groepen / de mate, waarin de uitvoering binnen de organisatie heeft plaatsgevonden, etc).				
Het was geen gemakkelijke opdracht omdat het een nieuw terrein is waar met een open mind geëxploreerd dient te worden. Carmel en lynn hebben zich hiervoor ingezet. Toch had het onderzoek meer kunnen opleveren als Carmel en Lynn zich meer van tevoren hadden verdiept in het onderwerp.				

Bedankt voor het invullen!

Bijlage 6. Interviewvragen onderzoek

Deelvraag 1

Wat is sociaal ondernemen?

- Kun u uitleggen wat voor een onderneming u heeft en wat de maatschappelijk missie is.
- Kunt u beschrijven wat u verstaat onder een sociale onderneming?

<i>Topiclijst</i>
Definitie
Impact first
Non profit
Rechtsvorm

Deelvraag 2

Wat heeft een sociaal onderneming nodig voor een optimale ontwikkeling van de onderneming?

- Welke factoren kunnen bijdragen aan een optimale ontwikkeling binnen uw sociale onderneming?

<i>Topiclijst</i>
Innovatie
Marktoriëntatie
Maatschappelijk karakter

Deelvraag 3

Welke kansen en belemmeringen ondervinden de verschillende sociaal ondernemers in Oost Nederland?

- Welke kansen ziet u met betrekking tot uw sociale onderneming?
- Welke belemmeringen ziet met betrekking tot uw sociale onderneming?
- Wat vindt u van het idee dat studenten van Saxion Academie AMM meer kennis zullen gaan krijgen over het sociaal ondernemen, door bijvoorbeeld het uitstroomprofiel?

Topiclijst
Samenwerking
Wet en regelgeving
Investeerders
Scholing
Dagelijkse praktijk

Deelvraag 4

Welke mogelijkheden kunnen sociale onderneming bieden aan studenten zodat zij een bijdrage aan de praktijk te kunnen leveren?

- Is uw sociale onderneming geschikt om te dienen als leeromgeving voor studenten?
- Ziet u mogelijkheden, binnen uw sociale onderneming, om studenten in te zetten? Zo ja, binnen welke gebieden van de sociale onderneming zou dit kunnen zijn?

Topiclijst
Hbo geschoold
Begeleiding
Verwachtingen
Opdracht
Praktijk