

# Sociaal ondernemen

**A**l eeuwenlang bestaan er sterke waardeoordelen over ondernemers en hun rol in de maatschappij. Wel is de communis opinio door de eeuwen heen flink opgeschoven. Momenteel signaleer ik opnieuw een beginnende verschuiving die interessant is om te volgen. Deze heeft te maken met 'sociaal ondernemerschap'.

Eeuwenlang hadden ondernemers een laag aanzien. Waardecreatie werd niet erkend. Er is de laatste eeuwen steeds meer erkenning gekomen voor de bijdrage van ondernemers aan waardecreatie.

Maar wat is waardecreatie? Wat verhoogt de welvaart? Dat is ook iets wat door de tijden heen verandert. Burgers en consumenten stellen tegenwoordig andere prioriteiten, terwijl voor velen de eerste levensbehoeften gelukkig al zijn vervuld. Zelfverwezenlijking en de realisatie van een duurzame en prettige leefomgeving zijn natuurlijk heel belangrijk. Baanmogelijkheden voor mensen met een arbeidsbeperking, het uitbannen van slechte arbeid uit de keten van de chocolade- en koffie-productie, of energiebesparing via een nieuw soort lampen of auto's zijn aansprekende voorbeelden van moderne, nog onvoldoende vervulde behoeften. Zo ook het behoud van schone lucht, een zinvol leven voor ouderen, enzovoort. De negatieve en positieve externe productie- en consumptie-effecten zijn centraler komen te staan bij de waardering van de producten en diensten die ondernemers realiseren.

Bij deze verandering van vraag past ook een verandering van aanbod. Bovendien, de behoefte om een steentje bij te dragen aan een betere maatschappij gaat niet alleen over consumptievoorkeuren, maar ook over ondernemersvoorkeuren. Ondernemers lijken zowel meer als meer intrinsiek gemotiveerd geraakt om de waardecreatie of vernietiging die gepaard gaat met externaliteiten te incorporeren in hun ondernemingsdoelstellingen. De moderne en toekomstige ondernemer zal in zo'n geval vaak met een ander aanbod van goederen en diensten komen. Bijvoorbeeld door de overheid ondernemend bij te staan in haar zeer uitgebreide, welhaast onhanteerbare zorgfunctie, omdat we daar collectief de voorkeur aan geven. Door productie juist tegen te gaan via het bevorderen van een economie waarin ruilen en delen een grote rol spelen. Door alternatieven voor vlees aan te bieden om zo invulling te geven aan de wens om dierenleed terug te dringen en de wereldvoedselketen minder te belasten.

In zulke gevallen hebben we het dan over 'sociale onder-



**MIRJAM VAN PRAAG**

Hoogleraar aan de Copenhagen Business School en aan de Universiteit van Amsterdam

nemers.' Zij vormen een groeiende groep die het oplossen van een maatschappelijk probleem als prioriteit heeft. Maar zijn sociale ondernemers nu de voorhoede van een nieuwe ondernemersstroming die een andere rol verkiest in de maatschappij – namelijk het oplossen van taai maatschappelijk ongerief? Sociale ondernemingen passen naadloos in de trend dat ondernemers steeds meer rekening houden met wat hun maatschappelijke effect is, zoals bijvoorbeeld bij maatschappelijk verantwoord ondernemen en de circulaire economie. Het is een thema waarover uiteenlopend wordt gedacht, waarschijnlijk niet in de laatste plaats vanwege hun wat 'activistische' benaming.

Maar volgens de *believers* gaan sociale ondernemers Nederland redden. Aan de andere kant heb je sceptici die vinden dat sociale ondernemingen zich niet onderscheiden van andere ondernemingen, en dat we er vooral geen drukte over moeten maken. Sociale ondernemingen vormen feitelijk een lastig af te bakenen groep. Want zijn er dan ook asociale ondernemingen? Niet alle organisaties die een maatschappelijk probleem op willen lossen vallen onder de definitie 'sociaal'. En vanwege de moeizame afbakening zijn er ook nauwelijks cijfers bekend over de aantallen en bijdragen van sociale ondernemers.

Het is waarschijnlijk nog te vroeg om te kunnen oordelen of sociale ondernemingen als groep nou echt een voorhoede zijn van een fundamentele vernieuwing in het ondernemerschap. Maar het is in elk geval een gewaardeerde stroming, ook onder andere ondernemers. Aan duizenden ondernemers die dit jaar de Week van de Ondernemer bezochten, is de vraag voorgelegd wie de beste Nederlandse ondernemer van Nederland was. En de prijs 'De Beste Ondernemer' heeft minister Kamp kunnen uitreiken aan Jaap Korteweg, de Vegetarische Slager. Een ondernemer die de voedselketen wil veranderen door vlees overbodig te maken. Andere ondernemers in de top tien – gekozen door een dwarsdoorsnede van duizenden ondernemers – waren Daan Dohmen (Focus Cura Zorginnovatie), Jos de Blok (Buurtzorg) en Daan Weddepohl (Peerby, een platform om spullen (uit) te lenen). Ondernemers die geld verdienen aan het oplossen van een taai maatschappelijk probleem krijgen dus ook waardering van andere ondernemers. De waardecreatie van sociale ondernemingen is lastig te meten, maar spannend om te volgen. Creëren sociale ondernemers ook indirecte waarde als voorhoede van een beweging naar een nieuw soort ondernemerschap op grote schaal? Ik hoop het. En ik blijf ze volgen.