

SUZAN DOODEMAN & JOHANNES VAN DEN AKKER

HOOE

DAAN

WHEEL

Lees dit boek en maak  
je idealen waar

*ten have*

# *SocialStart*

---

---

In 2014 hebben we Hoe Dan Wel opgericht. We namen onze intrek op de zolder van het gebouw van de Protestantse Diaconie in Amsterdam, de 'goede-doelenclub' van de kerk. De directeur van de diaconie zag om zich heen dat maatschappelijke organisaties te kampen hadden met reorganisaties, bezuinigingen en een tekort aan innovatieve denkracht. Wij zagen in onze omgeving jonge mensen die van betekenis wilden zijn, maar door de nasleep van de financiële crisis geen voet tussen de deur kregen bij organisaties die goede dingen doen. Uit de combinatie van die twee tekorten ontstond SocialStart.

## **ZEVENTIG TRAINEES**

Onder de naam SocialStart hebben Johannes en ik zeventig trainees bij 37 verschillende organisaties begeleid, die allemaal een idee voor een sociale onderneming uitwerkten. Sociaal ondernemen is het verkopen van een product of dienst waarbij de opbrengst in euro's ten dienste staat van de maatschappelijke opbrengst – de positieve impact. Het gaat niet om winst maken, maar om iets ten goede veranderen, waarbij ondernemen de manier van werken is.<sup>†</sup> Maatschappelijke organisaties zoals het Leger des

Heils, het Rode Kruis, woningcorporaties en ggz-instellingen lieten we via het SocialStart-programma kennismaken met deze manier van werken. Een SocialStart-traject duurt een halfjaar. In die periode gingen de trainees aan de slag in de organisatie waaraan ze waren gekoppeld en ontwikkelden ze een plan. Eén dag per week spraken wij ze en kregen ze trainingen over alles waar ze mee te maken kregen.

*‘We gingen allemaal iets  
doen wat we nooit eerder  
hadden gedaan.’*

SocialStart was het eerste grote project dat we deden als Hoe Dan Wel, en kreeg onverwachts een bewogen start. Het uitdenken van dit plan deed ik namelijk samen met onze derde Hoe-Dan-Weller, Inger, die je in hoofdstuk 3 zult leren kennen. Johannes was er nauwelijks bij betrokken, maar toen Inger een naar ongeluk kreeg, stonden we ineens samen voor de taak om de eerste lichter van vijftien trainees te begeleiden. Er zat weinig anders op dan het gewoon te gaan doen. Ik herinner me de eerste dagen dat we met de hele groep samenkwamen: intens en een beetje verdrietig, maar het waren ook bijeenkomsten die bruisten van de energie. We gingen allemaal iets doen wat we nooit eerder hadden gedaan.

Van al die zeventig ideeën en hun uitwerkingen bij de organisaties viel een hoop te leren, voor de trainees, voor Johannes en mij, maar zeker ook voor de organisaties waar ze aan de slag gingen. Want juist binnen die organisaties moet je idealistisch én pragmatisch zijn. Je moet goed weten wat je wilt bereiken en voor wie.

# Koffiebar in de kinderboerderij

## ..... **WIE WIL ER NOU EIGENLIJK IETS?** .....

Utrecht Natuurlijk beheert allerlei groene educatieve plekken in de stad Utrecht. Een van die plekken is een kinderboerderij in een park, gelegen in een wijk die van samenstelling veranderde. Er kwamen meer jonge gezinnen die ook wat meer te besteden hadden. De kinderboerderij concurreerde niet meer met de speeltuin, maar met de koffiezaak op de hoek. Utrecht Natuurlijk wilde die jonge ouders ook aantrekken en relevant blijven voor de buurt. Kon de kinderboerderij niet ook een horecagelegenheid starten?

Annemieke was de SocialStarter die dit wel wilde uitzoeken. Op het moment dat zij begon, kondigde de directeur van Utrecht Natuurlijk aan een andere baan te hebben gevonden. Dikke pech, want het was juist deze directeur die het ondernemerschap op de verschillende locaties wilde aanzwengelen en die Annemieke aangenomen had. Ineens was Annemiekes ruggensteun boven in de organisatie weg. De nieuwe directeur had zo weer zijn eigen speerpunten om zich op te richten. Ambities van een organisatie hangen vaak sterk samen met wie er op dat moment achter het stuur zit. Annemieke kwam van buiten, zat op een tijdelijke plek én was pas net begonnen. Haar collega's

op de locatie waren niet echt betrokken geweest bij het horecaplannetje en waren ook nog niet overtuigd. Het zal je niet verbazen dat het voor Annemieke lastig was de moed erin te houden. Terwijl ze eerst een gedeelde visie zou vormgeven, was ze nu zelf blijkbaar degene die iets wilde. Als ze geen onderdeel was geweest van een programma als SocialStart met mensen die elkaar steunden, is het de vraag of ze had doorgezet.

Doorzetten deed ze. Ze sprak buurtbewoners en bezoekers van de boerderij, maakte schetsen en grove berekeningen voor de horecagelegenheid. Hoe zou deze eruit kunnen zien, wat moest er geserveerd worden, welke prijscategorie moest het zijn?<sup>T</sup> Bij elke volgende stap zagen de collega's vooral bezwaren. Wat uiteindelijk werkte, was het simpelweg huren van een mobiele koffiebar om een paar dagen cappuccino's te maken op de kinderboerderij.<sup>T</sup> Zo konden de anderen zien wat Annemieke bedoelde. Bovendien leverde deze werkwijze informatie op over de klanten die blij waren met de koffiekar en hun verdere wensen. Wij waren er trots op dat Annemieke het tot een goed einde had gebracht, met een resultaat waar de organisatie mee verder kon.

**TIP  
3**

**TIP  
46**

Tegelijkertijd moet je niet gaan wachten tot iemand anders het doet, of tot het bestuur ergens beleid voor heeft ontwikkeld. Op papier verander je de praktijk niet, dus moet je er zelf voor zorgen dat het gebeurt. In dit hoofdstuk vind je allerlei voorbeelden van SocialStarters en hoe zij aan de slag gingen om de praktijk te veranderen.

# Betalen voor vrijwilligerswerk

..... **ZORG VOOR IMPACT VOORDAT** .....  
**HET GELD OPLEVERT**

Paul ging aan de slag bij drie organisaties die kwetsbare Amsterdammers helpen door vrijwilligers in te zetten. Het gaat dan om kleine, praktische dingen: een lamp indraaien, een tuin opknappen, wekelijks een kopje koffie drinken tegen de eenzaamheid. Present, Burennetwerk en Serve the City zijn alle drie afhankelijk van subsidies van de gemeente en van fondsen. Dat werd een probleem. Gemeentelijke subsidie is afhankelijk van het beleid, en dat kan veranderen. Fondsen moeten (meestal) elk jaar opnieuw worden aangevraagd en verantwoord, wat veel tijd kost en ook geen zekerheid geeft.

Intussen kwamen er regelmatig vragen binnen van bedrijven die hun personeel een dagje vrijwilligerswerk wilden aanbieden. Extra handen voor de stichting en een goed dagje teambuilding voor het bedrijf: een win-winsituatie zou je zeggen. Het organiseren van zo'n dag kost echter veel tijd en dus geld. Paul ontdekte dat bedrijven er ook best voor wilden betalen, maar die verwachtten dan ook meer service en een strakke organisatie van de dag. Ze verwachtten meer dan de vrijwilligersorganisaties zelf konden bieden. Aan Paul de vraag of hier misschien een businessmodel in zat, zodat

de organisaties er geld aan zouden overhouden. Hij ging aan de slag en ontwikkelde Adam Helpt, waar bedrijven terecht kunnen die hun medewerkers vrijwilligerswerk willen laten doen.

Dit klinkt als een logisch plan, maar er zit ontzettend veel werk in om zo iets te laten functioneren. Drie organisaties moeten gaan samenwerken, er is een strakke website nodig, het merk moet bekendheid krijgen en er moeten klanten worden geworven. Omdat het lang duurt voordat zo iets geld oplevert, is het belangrijk om ervoor te zorgen dat er intussen ook andere belangen worden gediend. Dat was het geval bij Adam Helpt; door elk bedrijf dat vrijwilligerswerk kwam doen, werden kwetsbare Amsterdammers geholpen en leerden de werknemers van dat bedrijf een andere kant van de stad kennen.

## **‘DAT IS AL EENS GEPROBEERD’**

Lang niet alle ondernemende ideeën die bij SocialStart ontstonden, waren geslaagd; slechts een klein deel van de initiatieven heeft het gehaald en bestaat nog steeds. Maar dat is niet het belangrijkste. Ik word nog steeds enthousiast van de energie en de beweging die in al die ideeën zit vanwege de creativiteit en de verwachting dat het anders kan. In elke organisatie zijn er dingen die anders kunnen en misschien wel anders moeten. Vaak zien medewerkers dat zelf ook, maar is er geen sfeer waarin verandering wordt aangemoedigd; de energie van een enthousiast team of medewerker wordt neergeslagen door beleid, ‘gremia’, een pak papier of een zijdelingse opmerking als: ‘Dat is al eens geprobeerd.’ Dat is zonde, want juist door iets uit te proberen, ontstaan nieuwe energie, ideeën en verandering.

# De sociale kantoorplant

..... **SOMS IS HET IDEE GOED, MAAR** .....  
**PAST DE DOELGROEP NIET**

Julianne heeft sociologie gestudeerd. Ze is een praktisch mens met een grote liefde voor planten en mensen in alle soorten en maten. Haar idee voor een sociale onderneming moest dan ook een combinatie van die twee zijn. Julianne ontwierp een plant-en-pot door een lege wijnfles door te snijden. De bovenste helft draai je om, zodat de hals in de fles zit en er een bakje ontstaat waar de plant in kan groeien. Uit het reservoir – de onderste helft van de fles – zuigt de plant zelf de hoeveelheid water op die hij nodig heeft, met een ‘lont’ van hennep, waardoor je er weinig omkijken naar hebt. Deze Lucky Leaves zijn wat ons betreft al jaren de ideale kantoorplant.

Julianne had een SocialStart-plek gekregen bij Streetcornerwork, om daar een eigen idee te ontwikkelen. Haar plan was om samen met de doelgroep de plant-met-fles in elkaar te zetten en die vervolgens te verkopen. Al snel bleek echter dat de jongeren van Streetcornerwork het repeterende werk van flessen snijden en vullen veel te saai vonden. Wat doe je dan: pas je je idee aan of je doelgroep? Julianne koos voor het laatste. Ze maakt en distribueert nu haar planten in samenwerking met deelnemers van de Regenboog, waar mensen met een ggz-achtergrond worden ondersteund. Voor hen is het de perfecte dagbesteding.



*'Wil je een actie op touw zetten, een organisatie oprichten of een sociale onderneming starten? In dit boek vind je inspirerende ervaringen, heldere overwegingen, en bovendien een schat aan praktische tips.'*

– Eduard Nazarski, oud-directeur Amnesty International en Vluchtelingenwerk

Je loopt al een tijd rond met een idee, een plannetje – hoe vaag ook – om de wereld te verbeteren. Je wilt iets gaan doen met dat idee, jouw ideaal. Hoe dan? De problemen zijn soms zo groot dat ze je kunnen lamslaan.

Suzan Doodeman en Johannes van den Akker, twee pragmatische idealisten uit Amsterdam, besloten niet langer weg te kijken en iets te gaan doen.

In *Hoe dan wel* delen zij persoonlijke verhalen van hoe zij idealisme vertaalden naar actie, bijvoorbeeld bij het ophalen van vluchtelingen op Lesbos of het opzetten van hun onderneming. Hun boodschap? Het kan wel! Ze delen slimme ideeën en handige tips om te zorgen dat je echt aan de slag gaat.



Suzan Doodeman en Johannes van den Akker zijn bevoegen sociaal ondernemers. Met hun firma 'Hoe Dan Wel' ondersteunen ze mensen en organisaties om hun idealen te verwezenlijken. Ze verwierven nationale bekendheid met 'We Gaan Ze Halen', een actie om vluchtelingen uit Lesbos naar Nederland te brengen.

NUR 740



9 789025 911157