



## adviesrapport methoden voor impactmeting

van: Nino Mulder, stagiaire vanuit de opleiding Social Innovation (Universiteit Utrecht) voor De Omslag en Scholten & Partners  
betreft: samenvatting adviesrapport methoden voor impactmeting voor sociale firma's  
datum: 12 juni 2017

---

### introdunctie

Uit een rapport van het vooraanstaande consultancybureau McKinsey & Company (2016), bleek dat slechts 51% van de sociale firma's in Nederland haar sociale impact meet, en 40% van alle ondernemingen doet dit zelf. Dus plusminus de helft van de sociale firma's in Nederland meet haar social impact niet.

Dit lijkt nogal vreemd, aangezien een sociale firma op de eerste plaats een sociaal doel heeft, zoals onder andere blijkt uit de definitie van het internationale onderzoeksnetwerk op het gebied van sociale firma's (Defourny & Nyssens, 2006, p.5). En doelen wil je meten, opdat je weet of wat je doet ook daadwerkelijk het effect heeft waar je op hoopt en naar streeft. Ook een Olympisch sprinter wil weten of hij nu eindelijk onder de 10 seconden kan komen; hij wil weten of hij dit doel heeft behaald. Om erachter te komen of hij zijn doel heeft behaald, gebruikt de sprinter een stopwatch.

Maar uit het rapport van McKinsey & Company blijkt ook dat dertig procent van de sociale firma's in Nederland niet weet welke methode werkt: zij hebben hun stopwatch nog niet gevonden. Andere redenen voor het niet meten van hun doelen zijn het niet kunnen betalen van een meetinstrument, niet de tijd hebben om het te meten en het niet inzien van de toegevoegde waarde van het gebruik van een meetinstrument.

In dit adviesrapport is met al deze zaken geprobeerd rekening te houden. Er is zozegged gezocht naar een goedkope, tijdbesparende en waardevolle stopwatch.

### sociale impact

Maar wat bedoelen we precies met social impact? In dit adviesrapport is teruggekeerd naar de kern: de doelgroep. De hoofdvraag was wat de meerwaarde van de sociale firma's in Amsterdam is voor de werknemer.

Het gaat dus om het welzijn van de werknemer. Dit is immers waarvoor sociale firma's opgericht worden. Dit maakt dat dit onderzoek significant verschilt van, bijvoorbeeld, instrumenten als de SROI en klanttevredenheidsonderzoeken.

De SROI heeft een sterke focus op kostenbesparingen voor investeerders en drukt de impact voor de werknemers uit in geld, wat resulteert in scheve vergelijkingen. Kostenbesparingen zijn relevant voor het runnen van een bedrijf, maar een sociale firma is niet opgericht om kosten te besparen: sociale firma's proberen uiteindelijk het welzijn van een bepaalde doelgroep te bevorderen. Daarom zijn, als we puur kijken naar het meten van social impact, kostenbesparingen irrelevant.

Klanttevredenheidsonderzoeken hebben het probleem dat tevredenheid niet gelijk staat aan het creëren van meerwaarde: een stijging in tevredenheid leidt niet noodzakelijk tot een stijging in welzijn. Wanneer bijvoorbeeld een werknemer van de NS je tijdens een treinrit komt vragen hoe tevreden je bent over het nieuwe interieur, kun je hier heel tevreden over zijn zonder dat het meerwaarde heeft voor je. Al ziet het er geweldig uit, je hebt bijvoorbeeld liever dat de treinen op tijd rijden, er meer coupés zijn, de eerste klas wordt afgeschaft, et cetera. De echte vraag die zo'n werknemer zou moeten stellen: kan u het iets schelen dat wij het interieur veranderd hebben? En dat precies is wat wij te weten willen komen in dit onderzoek: wat kan het de werknemer schelen dat hij of zij bij een sociale firma werkt?

wat kan het schelen? hoe meerwaarde gemeten kan worden

Doelgroep:	Psychische stoornis	Autisme	Verstandelijke handicap	Lichamelijke handicap
Methode:				
Capability approach	+/-	+/-	+/-	+/-
Stated preferences	+	++	+	++
Revealed preferences	--	--	--	--
Life-satisfaction approach	+	++	+	++
QALY	-	-	-	-

Het uitgangspunt voor deze bovenstaande methoden is altijd het meten van iemands persoonlijke welzijn of dat van een groep. Er is rekening gehouden met het feit dat niet elke firma dezelfde doelgroep heeft. Om te bepalen wat de meest geschikte methode is, is er in eerste instantie een literatuurstudie gedaan naar welke methoden er beschikbaar zijn om het welzijn van mensen te kunnen meten. Vervolgens is er in de literatuur gedoken om uit te zoeken of er voor de verschillende doelgroepen moeilijkheden zouden kunnen zijn met betrekking tot het doen van onderzoek, aangezien sommige van deze methoden afhankelijk zijn van vragenlijsten en interviews.

Zo kwam er bijvoorbeeld naar voren dat mensen met autisme zeer passieve gesprekpartners kunnen zijn. Een lunch bij Swink webservices leerde al snel dat dit hier totaal niet het geval was. Ik was degene die ondervraagd werd over mijn onderzoek en het gesprek heeft de gehele lunch niet stil gelegen. Van mensen met een verstandelijke handicap of psychische problemen werd onder andere verwacht dat zij veel moeite zouden hebben met het begrijpen van vragen. Sommige literatuur schepte zo'n somber beeld dat het bijna leek alsof onderzoek doen met behulp van vragenlijsten en interviews simpelweg onmogelijk is. Wederom leerde de ervaring anders.

Zoals uit de gesprekken met de ondernemers al duidelijk werd, werken de sociale firma's als een filter: niet iedereen is geschikt om te werken in een sociale firma. Sommigen mensen hebben bijvoorbeeld meer baat bij dag zorg. Dus het beeld uit de literatuur, bleek niet zo van toepassing op de sociale firma's in Amsterdam. Zoals een sociale ondernemer het treffend verwoordde: de mensen hier hebben alles 'light'. Bij kringloopbedrijf De Lokatie bijvoorbeeld, hebben werknemers mij verteld hoe zij de verkoopbare van de onverkoopbare producten scheiden en de eerstgenoemde vervolgens taxeren. En bij Brouwerij De Prael is mij uitgelegd hoe precies het bier gebrouwen wordt en ook tijdens de gesprekken die ik gevoerd heb tijdens het doppen van de bierflesjes niet één keer het gevoel gehad dat ik niet begrepen werd. Ook werden problemen die zich voordeden zelfstandig opgelost.

Bij alle drie de bezochte firma's verrichten de werknemers veel zelfstandige werkzaamheden. Het invullen van een gesimplificeerde vragenlijst of het afnemen van een gesimplificeerd interview lijkt, op basis van interviews en observaties, dan niet zoveel lastiger dan de werkzaamheden die zij dagelijks verrichten. In de literatuur kwam al naar voren dat de mate waarin cognitieve en communicatieve vermogens beperkt, heel erg kan verschillen en deze beperkingen, in dit geval, zoals eerder gezegd, 'light'.

De stated preference methode en de levenstevredenheid methode lijken beiden, op basis van het literatuuronderzoek, interviews met ondernemers en meeloopdagen bij verschillende sociale firma's, de meest geschikte methoden om de meerwaarde van sociale firma voor de werknemer te meten, binnen de Amsterdamse context. Het voordeel van de levenstevredenheid methode is dat levenstevredenheid een betere proxy lijkt te zijn voor iemands welzijn dan iemands voorkeuren. Een voordeel van de stated preference methode is dat er slechts één meetmoment nodig is in plaats van twee en makkelijk vergelijkingen gemaakt kunnen worden met bijvoorbeeld niet-arbeidsmatige dagbesteding of dag zorg.

Wilt u het gehele advies rapport lezen dan kunt u het downloaden via [www.deomslag.nl](http://www.deomslag.nl)

Nino Mulder

i

---

<sup>i</sup> verwijzingen

Defourny, J. & Nyssens, M. (2006). Defining social enterprise. In Marthe Nyssens (p.3- 26). Social enterprise: at the crossroads of market, public policies and civil society. New York; Routledge Keizer.

A., Stickers, A., Heijmans, H., Carsouw, R. & Aanholt., van, W. (2016). Scaling the impact of the social enterprise sector. Report prepared for McKinsey&Company.