

Dynamiek door framing

Sociaal ondernemerschap bekeken vanuit drie perspectieven

"We do not see things as they are, we see things as we are."
- Anais Nin

Malou Baijens

Master thesis

September 2014

Erasmus Universiteit

Master Publiek Management

Eerste lezer: prof. dr. M.J.W. van Twist

Tweede lezer: dr. ir. M.B. Kort

Voorwoord

Met een netwerk vol sociaal ondernemers, vrijwilligers en maatschappelijk betrokken mensen is het niet moeilijk om geïnteresseerd te raken in sociaal ondernemerschap. Dit was een extra stimulans om mijn afstudeerscriptie te schrijven over sociaal ondernemerschap.

Als mens en als bestuurskundige wil ik iemand zijn die kan schakelen tussen verschillende invalshoeken en die zich inleeft in de verschillende belangen en standpunten van belanghebbenden in maatschappelijke discussies. Daarom focust dit onderzoek op de verschillende perspectieven van ondernemers, ambtenaren en burgers op sociaal ondernemerschap.

Ik wil graag alle mensen bedanken die hun visie op sociaal ondernemerschap met mij wilden delen en in het bijzonder de sociaal ondernemers voor hun inspirerende verhalen.

Tijdens mijn afstudeerstage bij de Nederlandse School voor Openbaar Bestuur (NSOB) en door het schrijven van deze scriptie heb ik geleerd hoe bepalend en belangrijk formulering en framing zijn. Ik wil graag Martijn van der Steen en Daphne Bressers bedanken voor de fijne werkplek en voor de verdiepende inzichten in sociaal ondernemerschap.

Studiegenoten, vrienden en familie bedankt voor jullie steun en het meeleven. Het was niet altijd even makkelijk voor jullie. In het bijzonder wil ik Mark van Twist bedanken voor de scriptiebegeleiding en de ruimte die ik kreeg om mijn eigen draai te geven aan deze scriptie en Michiel Kort voor de tijd die hij vrijmaakte om tweede lezer te zijn. Als laatste wil ik Monique Verwoolde bedanken voor de neurotische spellingcheck en de vele kopjes koffie.

Ik wens u veel leesplezier.

Malou Baijens

September 2014, Rotterdam

Inhoud

Voorwoord	2
1. Inleiding.....	8
1.1. Introductie	8
1.2. Probleemanalyse	10
1.3. Doelstelling	12
1.4. Relevantie	12
1.5. Opbouw onderzoek	14
2. Theoretisch kader	15
2.1. Theoretische noties rondom sociaal ondernemerschap	15
2.2. Constructie van de sociale werkelijkheid	24
2.3. Operationalisatie	31
2.4. Toepasbaarheid theoretisch kader.....	33
3. Methodologie en onderzoekstechnieken.....	35
3.1. Onderzoeksperspectief.....	35
3.2. Het steekproefkader	35
3.3. Methoden	37
3.4. Analysestrategie	38
3.5. Betrouwbaarheid en validiteit	38
3.6. Beantwoording tweede deelvraag	39
4. Beelden rondom sociale onderneming De Prael	44
4.1. Beelden van ambtenaren	44
4.2. Beelden van ondernemers	46
4.3. Beelden van burgers	48
4.4. Vergelijkende analyse.....	49
5. Beelden rondom sociale onderneming Buurtzorg Nederland.....	54
5.1. Beelden van ambtenaren	54
5.2. Beelden van ondernemers	56
5.3. Beelden van burgers	57
5.4. Vergelijkende analyse.....	58
6. Beelden rondom sociale onderneming MyWheels	61
6.1. Beelden van ambtenaren	61
6.2. Beelden van ondernemers	62
6.3. Beelden van burgers	63
6.4. Vergelijkende analyse.....	64
7. Beelden rondom sociale onderneming WakaWaka	66

7.1.	Beelden van ambtenaren	66
7.2.	Beelden van ondernemers	67
7.3.	Beelden van burgers	68
7.4.	Vergelijkende analyse	68
8.	Vergelijkende analyse van de beelden	70
8.1.	Invloed beelden van de verschillende actoren	70
8.2.	Invloed verschillende frames en negatieve frames	71
9.	Conclusie	76
9.1.	Invloed verschillende actoren	76
9.2.	Invloed negatieve frames	77
9.3.	Invloed tegengestelde frames	77
10.	Discussie.....	80
10.1.	Voor nu.....	80
10.2.	Voor dit onderzoek.....	81
10.3.	Voor de toekomst.....	82
11.	Literatuur	84
12.	Bijlage.....	89
12.1.	Bijlage 1: Respondenten en dataverzameling	89

Deel I

Sociaal ondernemerschap

1. Inleiding

1.1. Introductie

“Wat is winst? Dat is een heel goede vraag. Steeds meer ondernemers stellen zichzelf deze vraag. Het zijn ondernemers die snappen dat winst zich niet alleen laat uitdrukken in geld. We noemen deze nieuwe generatie ondernemers ‘sociaal ondernemers’: ze verbeteren de wereld door sociaal te ondernemen. Sociale ondernemingen bewijzen dat geld verdienen kan samengaan met zorg voor elkaar en zorgen voor onze planeet. Ze zetten maatschappelijke problemen om in kansen. Krachtige innovatieve ideeën die van een achterstand een voorsprong maken, die van afval voedsel maken, van rioolwater een bron van inkomsten en van arbeidsongeschikten arbeidsgeschikten. Winst is voor een sociale onderneming pas winst als het maatschappelijke winst oplevert, als het winst oplevert voor iedereen. Een sociale onderneming ziet het streven naar maatschappelijke winst niet als een bijzaak, maar als het kloppend hart van het bedrijf.” (Social Enterprise NL, 2013a)

Sociaal ondernemerschap is een verschijnsel dat vrijwel als vanzelf veel sympathie ontmoet als mensen er meer over vertellen. Steeds meer ondernemers starten een bedrijf om maatschappelijke impact te maken. Bekende voorbeelden zijn chocolademaker Tony Chocolonely, duurzame supermarkt Marqt en restaurant Fifteen van Jamie Oliver. Sociaal ondernemers hebben dezelfde eigenschappen als ondernemers, maar hun drive komt voort uit een wil om een bijdrage te leveren aan bijvoorbeeld sociale of ecologische vraagstukken (Social Enterprise NL, 2013b). Sociaal ondernemers spelen een rol op het grensvlak tussen de markt, overheid en de samenleving (Schulz et al., 2013). Aan de ene kant stimuleert de overheid burgers om te participeren. Overheden proberen zich terug te trekken uit de structuren om te bezien in hoeverre aan burgers ruimte kan worden geboden. De participatiesamenleving is slechts één van de bewegingen want, aan de andere kant ontwikkelen maatschappelijke initiatieven zich steeds meer op eigen initiatief en in een hoog tempo op het terrein van de overheden. De twee trends hangen samen (Rfv, 2011; Rob, 2012).

De ondernemingen zijn divers en uniek, maar wel onderling vergelijkbaar en ze vormen een patroon: ze combineren sociale doelstellingen met een commercieel bedrijfsproces en commerciële dienstverlenende of productieactiviteiten. Het heeft ook iets moois als mensen ondernemerschap combineren met maatschappelijke ambities, dus als sociale en economische doelen met elkaar verweven raken (Schulz et al., 2013). Taxi Electric bijvoorbeeld, is een jong taxibedrijf in de Randstad dat op vier fronten impact maakt en een serieuze concurrent is voor de andere taxibedrijven. De onderneming ontvangt geen subsidie en is een groeiend bedrijf (Verloop & Hillen, 2013). Taxi Electric is in 2011 opgericht door de economen Edvard Hendriksen en Ruud Zandvliet. Zij maken impact op milieugebied met volledige elektrische auto's en hun personeel bestaat uit herintredende vijftigplussers die lange tijd werkloos zijn geweest. Onder vijftigplussers bestaat grote werkloosheid. Het voordeel voor Taxi Electric is dat deze groep vaak aardig en beleefd is en er verzorgd uitziet. Taxi Electric wil hiermee ook het imago van de taxisector verbeteren. Als laatste punt van impact probeert Taxi Electric op lange termijn elektrisch rijden geaccepteerd te krijgen. De oprichters hadden beiden een goede baan bij een groot bedrijf in de financiële sector. Deze baan hebben zij opgezegd, omdat zij geloven dat het huidige systeem van de economie faalt (Verloop & Hillen, 2013).

Veel verhalen over sociaal ondernemerschap hebben het karakter van heldenverhalen. Ze belichten hoe sociaal ondernemers tegen de klippen op hun ambitie realiseren. Niet zelden is de conclusie: daar zouden we meer mee of aan moeten doen. Het is dan ook vreemd dat sociaal ondernemerschap vaak niet wordt gesteund. Zo maakt de gemeente Amsterdam bijvoorbeeld geen gebruik van de taxiservices van Taxi Electric. De gemeente kiest nog steeds voor de traditionele, reguliere taxibedrijven. Het sociale aspect lijkt nog niet mee te spelen (NOS, 2013). Bestuurskundige Martijn van der Steen schrijft in zijn column *De sociale waarde van een broodje*

kaas dat er op bijeenkomsten over participatie en sociaal ondernemerschap vaak de hele ochtend wordt gesproken over hoe ondernemende burgers bedrijfjes starten en hoe goed het is dat zij zichzelf daarmee uit de sociale regelingen verheffen. Rond het middaguur worden er fabrieksmatige broodjes kaas geserveerd, in plaats van belegde broodjes van twee dames in de wijk die een cateringbedrijf hebben vanuit een buurthuis. Dit is juist het soort onderneming waar heel de ochtend positief over is gesproken. Het is dan vreemd dat er daar geen broodjes worden afgenomen om een lokale sociaal ondernemer te steunen (van der Steen, 2014). Heldenverhalen lijken bij nader inzien toch altijd ingewikkelder te liggen. Achter de aabare voorbeelden spelen lastige dilemma's. Ook een verschijnsel als sociaal ondernemerschap blijkt niet zonder rafelrandjes, schurend ongemak en schaduwzijden te bestaan.

Willemijn Verloop, oprichter van Social Enterprise, beschrijft in een interview de situatie van restaurant Ctaste in Amsterdam. Gasten dineren hier in het donker. De obers en het overige personeel hebben hier geen last van, want zij zijn blind. Wie in dit restaurant gaat eten ziet niets en proeft alleen. Het bedrijf is een succes, maakt winst en heeft het krediet van € 50.000 van de onafhankelijke investeerder, Start Foundation, afgelost. Ctaste ontmoette veel scepsis toen zij haar onderneming startte (Verloop & Hillen, 2013). De blindenvereniging protesteerde ertegen, omdat deze het exploitatie vond. Verloop zegt hierover: *"In Nederland denken we: er wordt geld verdiend, Dat kan niet goed zijn."* (Persson, 2013). Ook Patrick Anthonissen van Zorgvoorelkaar.com, een marktplaats voor vrijwilligerswerk, merkt op dat zijn zorginitiatief soms argwanend wordt bekeken. *"Waarom zijn jullie geen stichting?"*, wordt er dan gevraagd. Het lijkt volgens Anthonissen alsof, in het huidige systeem, sommige gemeenten liever veel geld betalen aan een stichting zonder winstoogmerk dan weinig geld aan een slim georganiseerde onderneming die er wel wat op verdient (Persson, 2013). Pieter Hilhorst spreekt als volgt over sociale ondernemingen en maatschappelijk initiatief: *"Niets is zo lief als een burgerinitiatief. Er is geen politicus die tegen burgerinitiatieven is. Juist in die innige omhelzing schuilt het gevaar. Zo worden burgerinitiatieven geroemd, maar verandert er weinig aan de manier waarop de overheid is georganiseerd."* (Hilhorst, 2013).

Er bestaan verschillende beelden naast elkaar van sociaal ondernemerschap en de specifieke sociale ondernemingen. Aan de ene kant klinkt het geluid van mooie aabare initiatieven, maar uiteindelijk maakt dit geen verschil in de manier waarop de overheid is georganiseerd. Als sociale ondernemingen uitgroeien tot ware winstgevende bedrijven, zoals Taxi Electric, maakt gemeente Amsterdam geen gebruik meer van de services. Ook bestaat er argwaan tegenover ondernemingen die geld verdienen door blinden en gehandicapten in te zetten. Dit staat in contrast met het beeld van sociaal ondernemers die helden zijn en de wereld veranderen. Ondernemers en ambtenaren hanteren doorgaans ook een andere logica (Schulz et al., 2013). In dit onderzoek staan de beelden rondom sociale ondernemingen centraal. Ambtenaren, ondernemers en burgers geven hun perspectief op de kwaliteiten en keerzijdes van sociaal ondernemerschap.

De ambitie van deze scriptie is enerzijds om mensen opmerkzaam te maken en mee te nemen in de kwaliteiten, dilemma's en ongemakkelijkheden van sociaal ondernemerschap door verschillende beelden van sociaal ondernemerschap te identificeren en te expliciteren. Anderzijds is het de ambitie om te onderzoeken welke dynamiek ontstaat rondom sociaal ondernemerschap door verschillende bestaande beelden op de kwaliteiten en keerzijdes. Niet als een poging om het idee af te wijzen of een uit chagrijn geboren teleurstelling over sociaal ondernemerschap, maar juist ingegeven door het besef dat sociaal ondernemerschap in de praktijk alleen verder te brengen is als dat gebeurt met oog voor zowel de kwaliteiten als de mogelijke keerzijdes en risico's die het met zich meebrengt.

1.2. Probleemanalyse

1.2.1. Probleemstelling

De sociaal ondernemer werkt op eigen initiatief op gebieden waar de overheid de verantwoordelijkheid draagt, maar de sociale ondernemer legt geen verantwoording af aan de politieke arena. Het ondernemerschap vindt vaak plaats buiten het blikveld van de overheid (Schulz et al., 2013). Afbeelding 1 gaat over de Thomashuizen, een initiatief van Hans van Putten. Hij zocht een goede woonvoorziening voor zijn verstandelijke gehandicapte zoon. Hij vond dat de overheid deze plek niet bood en creëerde daarom zelf een menswaardige woonomgeving voor zijn zoon. Het eerste Thomashuis werd opgericht, een innovatief zorgconcept met aandacht voor kleinschaligheid en persoonlijke aandacht voor de bewoners (Thomashuizen, 2014). Het bijschrift van de afbeelding is: *“Marieke, wordt vrolijker van een knuffel dan van een nieuw behandelplan.”*. Hans van Putten is van mening dat er in publieke zorginstellingen meer tijd en energie wordt besteed aan vergaderen dan aan de zorg zelf. In afbeelding komt de frustratie van Hans van Putten over de overheidsbureaucratie naar voren (Twist et al., 2008).



AFBEELDING 1: KRACHT VAN HET THOMASHUIS

Thomashuizen worden gefinancierd door aanspraak te maken op de PGB-budgeten van de bewoners. De sociaal ondernemers ondernemen feitelijk op publiek geld. Vanuit de overheid is de kritiek op de Thomashuizen dat als de aandoeningen van de bewoners zwaarder worden, de hoogste kosten vallen bij de reguliere instellingen. Terwijl die deels wel verwerkt zijn in de tarieven die de Thomashuizen kunnen rekenen in de periode dat de zorg nog relatief beperkt is. De financieringssysteem wordt hier strategisch bespeeld. Dit zorgt voor de uitholling van het reguliere stelsel met als gevolg een verschraving van het gemiddelde aanbod (Schulz et al., 2013). Hier wordt al duidelijk dat er naast het heldenverhaal van Hans van Putten meerdere beelden bestaan van het zorgconcept de Thomashuizen. Ook lijken de verschillende beelden te zorgen voor een tegenstelling tussen de sociale ondernemingen en de overheid. Terwijl gemeenten en sociale ondernemingen wel sterke bondgenoten kunnen zijn in het oplossen van maatschappelijke problemen. Op 4 september 2014 organiseerde Social Enterprise NL daarom zelfs de bijeenkomst *De social enterprise als businesspartner van de gemeente* (Movisie, 2014). Dit toont de actualiteit van het onderwerp aan en het verlangen om krachten te bundelen. Maar hebben de ondernemingen en overheden wel hetzelfde beeld van sociale ondernemingen, komt hun beelden overeen?

Er wordt veel gesproken over de relatie tussen ambtenaren en ondernemers, maar hoe zien burgers sociaal ondernemerschap? De burger staat centraal in de zogenoemde participatiesamenleving en de doe-democratie. Daarom is in dit onderzoek ook het perspectief van de burger op sociale ondernemingen van belang.

Deze scriptie neemt een positie in die kan worden aangeduid als 'kritisch enthousiasme': een kritische houding tegenover iets dat in potentie een volwaardige en veelbelovende ontwikkeling is in de manier waarop we het publieke domein invulling geven (Specht, 2012). Enthousiasme over de mogelijkheden van sociaal ondernemerschap mag de aandacht voor de risico's namelijk niet verdringen. Door te kijken naar de kwaliteiten en keerzijdes van sociale ondernemingen vanuit meerdere beelden ontstaat er een completer beeld. Er komen dan andere verhalen naar voren naast het heldenverhaal. Deze andere verhalen laten mogelijk zien dat er ook keerzijdes bestaan van het fenomeen sociaal ondernemerschap. Door te kijken vanuit de verschillende perspectieven, kan worden gezien of de ondernemers en burgers dezelfde kwaliteiten en keerzijdes zien als ambtenaren. Door verschillende logica's van de overheid, sociale ondernemingen en

samenleving kunnen er andere interpretaties bestaan van de kwaliteiten, keerzijdes en de plaats van sociaal ondernemerschap. Deze scriptie biedt meer inzicht op de verschillende beelden en op de dynamiek die ontstaat rondom sociaal ondernemerschap door de verschillende beelden op de kwaliteiten en keerzijdes.

1.2.2. Hoofdvraag en deelvragen

Dit onderzoek brengt verschillende beelden rondom sociaal ondernemingen in kaart. Het onderzoekt hoe ambtenaren, ondernemers en burgers kijken naar de kwaliteiten en keerzijdes van sociaal ondernemerschap om meer inzicht te bieden in de dynamiek die ontstaat door het bestaan van verschillende beelden rondom sociaal ondernemerschap. Dit heeft geleid tot de volgende hoofdvraag:

Welke dynamiek ontstaat er door de beelden van ambtenaren, ondernemers en burgers op de kwaliteit en keerzijdes van sociaal ondernemerschap en de realisatie van sociale ambities?

De hoofdvraag wordt beantwoord aan de hand van de volgende deelvragen:

1. Wat is sociaal ondernemerschap en wat zijn de kwaliteiten en keerzijdes op basis van de literatuur daarover?
2. Welke beelden hebben ambtenaren, (sociaal) ondernemers en burgers van de kwaliteiten en keerzijdes van sociale ondernemingen De Prael, Buurtzorg Nederland, MyWheels en WakaWaka en hoe verhouden die zich tot elkaar?
3. Welke dynamiek ontstaat door het bestaan van verschillende beelden van ambtenaren, (sociaal) ondernemers en burgers op sociaal ondernemerschap en de realisatie van sociale ambities?

De eerste deelvraag gaat in op de theoretische noties rondom sociaal ondernemerschap en wordt daarom beantwoord in het theoretisch kader. Voor het onderzoek is het nodig om de achtergrond van het sociaal ondernemerschap te begrijpen en een heldere definitie te geven. In dit onderzoek zal de definitie worden gehanteerd van de organisatie Social Enterprise NL. Daarnaast zal er voor de case selectie gebruik worden gemaakt van de verschillende organisaties die zijn aangesloten bij Social Enterprise NL.

In Deel 2 *Analyse* behandelen de eerste vier hoofdstukken de beelden van de drie groepen over de kwaliteiten en keerzijdes van vier specifieke sociale ondernemingen, die uit de interviews en een vragenlijst naar voren zijn gekomen. De tweede deelvraag wordt beantwoord aan de hand van deze vier hoofdstukken. De keuze voor de vier ondernemingen, De Prael, Buurtzorg Nederland, MyWheels en WakaWaka komt terug in hoofdstuk drie bij de paragraaf *Case selectie*. Een omschrijving van de ondernemingen is te vinden aan het begin van de bijpassende hoofdstukken en in bijlage 1. Bij elke hoofdstuk worden de beelden statisch naast elkaar gezet waarna een vergelijkende analyse van deze beelden volgt die inzicht biedt in de verhouding tussen de verschillende beelden rondom een specifieke onderneming. Bij de laatste paragraaf van hoofdstuk 3 *Beantwoording tweede deelvraag* zal uitgebreider worden ingegaan op de algemene indeling van de vier hoofdstukken.

De laatste deelvraag gaat in op het bestaan van verschillende beelden van de verschillende actoren en de effecten daarvan. Deze vraag koppelt de inzichten uit de hoofdstukken van de tweede deelvraag om een antwoord te geven op de centrale vraagstelling: Hoe kan de dynamiek worden begrepen aan de hand van de drie perspectieven? Dit wordt gedaan aan de hand van de stappen in het conceptueel model (afbeelding 2, p.9). Er wordt eerst gekeken naar de invloed van de verschillende actoren op de beelden rondom sociaal ondernemerschap om vervolgens te kijken naar de invloed van deze beelden op de dynamiek.

Dynamiek gaat over beweging, verandering, ontwikkeling, of anders gezegd een verloop in de tijd. Het gaat er niet alleen om dat er uiteenlopende beelden bestaan, maar juist ook dat het bestaan van deze beelden een dynamiek oproept. Een beweging die tot stand komt door interactie tussen de personen en partijen. Wat is het effect van het bestaan van meerdere beelden? Wat is de dynamiek rondom sociaal ondernemerschap en de realisatie van sociale ambities? Ontstaat er bijvoorbeeld strijd door de tegenstellingen in de beelden en wat is

het gevolg daarvan? Of bestaan de verschillende beelden naast elkaar zonder veel beweging en verandering te veroorzaken?

1.3. Doelstelling

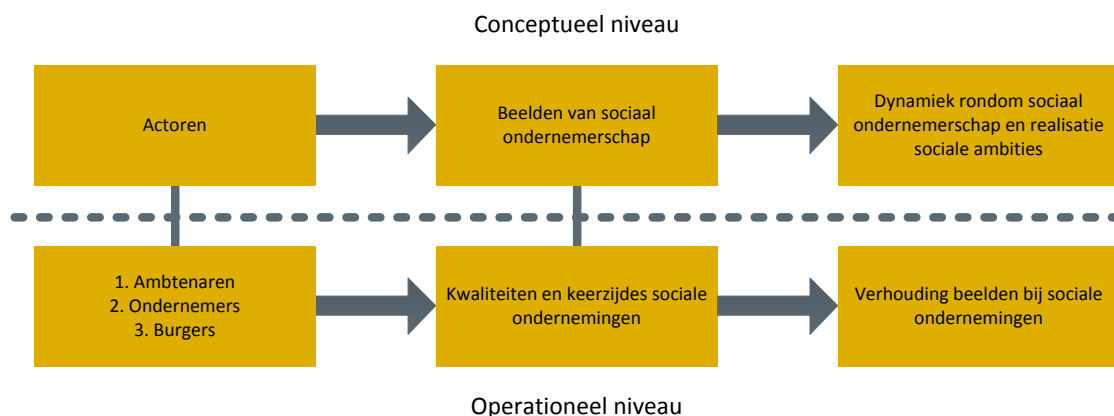
De doelstelling in dit onderzoek luidt:

Het inzichtelijk maken van de dynamiek die ontstaat door het bestaan van verschillende beelden op sociaal ondernemerschap en de realisatie van sociale ambities, door beelden van ambtenaren, ondernemers en burgers op de keerzijdes en kwaliteiten van sociale ondernemingen te onderscheiden.

1.3.1. Uitleg conceptueel model

De doelstelling kent twee niveaus: een conceptueel niveau en een operationeel niveau. Het doel van deze scriptie is om de beelden van verschillende actoren op sociaal ondernemerschap te begrijpen en daarmee inzicht te krijgen in de dynamiek die ontstaat door verschillende beelden. Dit is te zien in de bovenste helft van afbeelding 2.

Om bovenstaande operationeel te maken, wordt er gekeken naar specifieke actoren: ambtenaren, (sociaal) ondernemers en burgers. Het gaat om hun beelden op de kwaliteiten en keerzijdes bij specifieke sociale ondernemingen. Op deze manier wordt er ook aandacht besteed aan de keerzijdes van sociaal ondernemerschap. Dit is te zien in de onderste helft van afbeelding 2.



AFBEELDING 2: CONCEPTUEEL MODEL

1.4. Relevantie

1.4.1. Wetenschappelijke relevantie

Sociaal ondernemerschap is een begrip dat de laatste jaren aan populariteit heeft gewonnen. Verschillende organisaties, platforms en academici, internationaal en nationaal, houden zich bezig met het vormen van een definitie van het dynamische begrip en sociaal ondernemerschap (Bornstein & Davis, 2010; Nicholls, 2011; Dees, 2007; Franssen & Scholten, 2007; Martin & Osberg, 2007; De Brabander, 2009; Mair & Marti, 2006; OECD, 1999; WRR, 2012; RMO, 2013). Ook is er veel aandacht voor de rol van de overheid en plaats van sociale ondernemingen in de maatschappij.

Er is niet eerder gekeken naar de verhouding tussen de verschillende beelden op de kwaliteiten en keerzijdes van sociale ondernemingen. Doordat sociaal ondernemerschap valt onder meerdere domeinen, is er moeilijker

grip op te krijgen. Vanuit verschillende domeinen kijkt men anders tegen het begrip aan. Er is in de literatuur niet eerder onderzocht wat de invloed is van verschillende beelden op de kwaliteiten en keerzijdes die mensen aanwijzen bij sociaal ondernemerschap.

De invloed van perspectieven en beelden en frames wordt onder andere bepaald door de theorie van Boin, 't Hart en McConnel over framing contests, toe te passen. Deze theorie is door hen en anderen voorheen alleen gebruikt in een politieke context. Sociaal ondernemerschap is breder dan alleen politiek, daarom wordt in dit onderzoek de theorie ruimer ingezet. De theorie schrijft over politici en nieuwkomers in de politieke arena. Maar in dit onderzoek wordt ook breder gekeken dan slechts naar de politiek en politieke nieuwkomers. Het gaat om de gevestigde orde als de rijksoverheid en gemeentes en nieuwkomers zijn hier de sociale ondernemingen. Het is wetenschappelijk relevant om te zien dat deze theorie toepasbaar is in meerdere, bredere contexten dan slechts de politieke context.

1.4.2. Maatschappelijke relevantie

Sociaal ondernemerschap is uitgegroeid tot een globale beweging. Het roept als vanzelf veel sympathie op als mensen er meer over vertellen. Door de warme woorden en de sympathieke gezichten rondom sociaal ondernemerschap lijkt de nadruk meer te liggen op de succesverhalen dan op de mogelijke keerzijdes en risico's. In de publiciteit gaat de aandacht dikwijls uit naar succesvolle, wijdverspreide voorbeelden. Het gaat om inspirerende verhalen waar een mens graag mee op een podium staat, maar die niet per se representatief zijn voor sociale ondernemingen in het algemeen (Brandsen, 2014). Veel ondernemingen opereren lokaal en bestaan slechts enkele jaren. Aan de ene kant is het logisch om de nadruk te leggen op successen, op de *best practices*. Goede ideeën kunnen dan worden verspreid. Maar een eenzijdige nadruk op succes kan een risico zijn. Dit kan leiden tot een eenzijdig beleid (Brandsen, 2014). Brandsen schrijft in het artikel *Mythes rond sociale innovatie* over de bezwaren tegen een eenzijdige focus op de succesverhalen. Het eerste punt wat Brandsen aandraagt is dat er van fouten geleerd kan worden. Dat kan alleen als men ook kijkt naar de keerzijdes van sociaal ondernemerschap. Een ander bezwaar is dat het collectieve effect van kleinschalige, tijdelijke en landelijke nauwelijks opgemerkte ondernemingen vermoedelijk veel groter is dan dat van de publiciteitstrekkers (Brandsen, 2014).

Het laatste bezwaar tegen de focus op succesverhalen is dat het soms niet duidelijk is wanneer je iets als succes of falen kunt beschouwen. Deze ondernemingen worden weinig geëvalueerd en vaak worden er ook geen concrete beleidsdoelen gesteld. Door de focus op de succesverhalen worden de verschillende beelden op sociaal ondernemerschap niet duidelijk. Vaak gaan er meningsverschillen schuil achter de realisatie van sociale ambities. Gangbare patronen worden doorbroken en maatschappelijke partijen – overheden, burgers, bedrijven, organisaties uit het middenveld – komen anders tot elkaar te staan. In deze nieuwe verhoudingen kan ook verzet ontstaan. Deze kanteling kan aan de ene kant sociale verandering worden genoemd, maar vaak heet het sociale innovatie. Dit begrip duidt al op vooruitgang en wie kan daar tegen zijn? (Brandsen, 2014)

Verzet wordt vaak gezien als barrière voor sociale innovatie en niet als onderdeel van een politieke discussie over een bepaalde aanpak. Dit, in combinatie met de weerzin om fouten te tonen, kan sociale innovatie maken tot een tamelijk benauwende retoriek (Brandsen, 2014). Vanuit deze achtergrond gaat deze scriptie in op de verschillende kwaliteiten en keerzijdes van sociaal ondernemerschap vanuit de drie perspectieven. Het gaat immers ook om de beelden, framing en de verschillende meningen over de kwaliteiten en keerzijdes van sociaal ondernemerschap en welke dynamiek hierdoor ontstaat. De verschillende perspectieven op de keerzijdes en kwaliteiten van sociaal ondernemerschap kunnen bijvoorbeeld leiden tot tegenwerking en verzet tussen de verschillende partijen. Terwijl overheden en ambtenaren juist sterke bondgenoten kunnen zijn in de realisatie van sociale ambities. Om het beste te halen uit sociaal ondernemerschap, voornamelijk in het belang van de maatschappij, is het daarom relevant om zowel de kwaliteiten als keerzijdes te onderzoeken vanuit verschillende perspectieven.

1.5. Opbouw onderzoek

Het hoofdstuk *Theoretisch kader* gaat in op het thema *Sociaal ondernemerschap* en behandelt het thema *De sociale constructie van de werkelijkheid*. De huidige stand van de wetenschap omtrent framing en framing contests wordt in kaart gebracht en concepten worden geoperationaliseerd. Dit hoofdstuk sluit af met een paragraaf over de toepasbaarheid van het theoretisch kader.

Hoofdstuk drie *Methodologie en onderzoekstechnieken* begint met het scherpstellen van het sociaal-constructivistische perspectief dat wordt gehanteerd in dit onderzoek. Vervolgens worden de methoden van onderzoek, het steekproefkader, de analysestrategie en de indeling van hoofdstuk 4 tot en met 7 besproken.

In het tweede deel *Analyse* worden de resultaten van het onderzoek uiteengezet en de deelvragen beantwoord. Per hoofdstuk wordt er een onderneming behandeld. Bij de derde deelvraag, in het achtste hoofdstuk, worden de drie perspectieven vergeleken. De perspectieven worden geconfronteerd met de theorieën zoals deze in hoofdstuk twee *Theoretisch kader* zijn verkend.

Het hoofdstuk *Conclusie* is gericht op de aangetroffen perspectieven en de theoretisch betekenis. Er wordt een centrale conclusie getrokken ter beantwoording van de hoofdvraag.

Het laatste hoofdstuk *Discussie* is een reflectie op het onderzoek. Er wordt gekeken naar waar het onderzoek aan heeft bijgedragen, hoe de methoden werkten en wat suggesties zijn voor vervolgonderzoek.

2. Theoretisch kader

Het theoretische kader is opgedeeld in twee thema's die beiden van toepassing zijn op de onderzoeksvraag. Het eerste thema is sociaal ondernemerschap. Hier wordt ingegaan op het fenomeen, de verschillende definities en de gekozen definitie voor het onderzoek. Daarnaast zal worden beschreven wat er in de literatuur te vinden is over de keerzijdes van sociaal ondernemerschap. Het tweede thema is de constructie van de sociale werkelijkheid. Dit thema is gekozen vanwege de verschillende perspectieven die worden gehanteerd in het onderzoek. Het duidt erop dat er niet één waarheid is, maar dat er verschillende manieren zijn om naar een onderwerp te kijken. In dit geval meerdere perspectieven om te kijken naar sociaal ondernemerschap, de realisatie van sociale ambities en in het bijzonder de kwaliteiten en keerzijdes van sociale ondernemingen. Om deze perspectieven te plaatsen en te interpreteren wordt er gebruik gemaakt van verschillende vormen om de sociale werkelijkheid te construeren. Achtereenvolgens zullen framing en framing contests worden behandeld. In de derde paragraaf worden de concepten geoperationaliseerd en het hoofdstuk sluit af met een paragraaf over de toepasbaarheid van het theoretisch kader.

2.1. Theoretische noties rondom sociaal ondernemerschap

“Social Enterprise, I believe, is key to a more sustainable, responsible and inclusive future.” (José Manuel Barosso, voorzitter Europese Commissie).

Er is in een flink aantal publicaties over sociaal ondernemerschap geconcludeerd dat het begrip sociaal ondernemerschap alles behalve eenduidig is. Ondanks de toegenomen aandacht voor het fenomeen in de media, politiek, overheid en academici is er geen eenduidige definitie voorhanden. Het gevolg hiervan is dat sociaal ondernemerschap een label is geworden wat wordt gebruikt voor een breed scala aan activiteiten (Sterk et al., 2013). Onderstaand zal eerst het fenomeen sociaal ondernemerschap in de huidige context worden omschreven, vervolgens zullen verschillende definities uiteen worden gezet en ten slotte worden de keerzijdes van sociaal ondernemerschap behandeld.

2.1.1. Fenomeen sociaal ondernemerschap in de huidige context

De snelle industriële en technologische ontwikkelingen van de laatste eeuw hebben geleid tot vele doorbraken, maar hebben wereldwijd ook gezorgd voor een confrontatie met een onzekere toekomst. Met echte bedreigingen van het ineensstorten van de economie of van het milieu, verschrikkelijke ziektes, over-populatie, oorlog, terrorisme en dreigende nieuwe vormen van wapens, hebben we veel om te overwinnen. Pogingen van de overheid en instituties hebben bewezen onvoldoende te zijn om deze destructieve trends om te keren (Nicholls, 2006). Ook Nederland staat voor grote complexe sociale, ecologische en economische uitdagingen. De economische crisis heeft wereldwijd de toch al ingezette trend van terugtrekkende overheden en publieke bezuinigingen alleen maar versterkt. De verzorgingsstaat staat onder druk. Een miljoen Nederlanders leeft onder de armoedegrens, natuurlijke hulpbronnen worden schaarser en 30 procent van de Nederlanders is eenzaam. Nieuwe oplossingen zijn nodig. Sociale ondernemingen proberen oplossingen te bieden en nemen het aanpakken van maatschappelijke problemen als uitgangspunt. Sociale ondernemingen zijn actief in bijna alle branches. Ze werken aan schone lucht, sociale binding, banen voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt, armoedebestrijding etc. Ze combineren sociale doelstellingen met een commercieel bedrijfsproces en commerciële dienstverlenende of productieactiviteiten. De sociale ondernemingen onderscheiden zich van normale bedrijven, omdat zij de maatschappelijke missie boven financiële doelen stellen. De positie van de sociale ondernemingen bevindt zich tussen de overheid, de markt en de gemeenschap (Social Enterprise NL, 2013).

De betekenis van sociaal ondernemerschap ligt volgens De Brabander (2009) in het zichtbaar maken en versterken van relaties tussen verschillende vormen van kapitaal: economisch, sociaal, cultureel, intellectueel en ecologisch kapitaal. Meestal wordt sociaal ondernemerschap beschouwd als het zoeken naar een duurzame balans tussen de drie P's: *People, Planet en Prosperity* (Sterk, 2013).

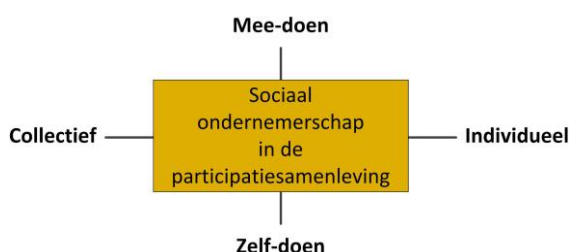
De ontwikkelingen rond sociaal ondernemerschap zijn de laatste jaren heel snel gegaan. Volgens Bornstein en Davis (2010) zijn we nu toe aan sociaal ondernemerschap 3.0. Aanvankelijk ging de aandacht vooral uit naar sociaal ondernemers als vernieuwende denkers en doeners met een grote maatschappelijke impact: social entrepreneurship 1.0. Vervolgens werd de focus verlegd van de oprichters naar het excellent organiseren van sociaal ondernemerschap (2.0). Bij het huidige social entrepreneurship 3.0 gaat het om burgers die denken en handelen als changemakers. Ze werken krachtig samen met anderen om maatschappelijke veranderingen te realiseren (Bornstein & Davis, 2010; Sterk et al., 2013).

Door de huidige financiële en economische crisis ontstaat er in Nederland een klimaat waarin het sociaal ondernemerschap van ondernemende burgers wordt gezien als een belofte (Sterk, 2013). Sociaal ondernemerschap kan daarom niet los worden gezien van de huidige maatschappelijke en bestuurlijke context. De vermeende opkomst van sociaal ondernemerschap vindt plaats in een context waarin dit wordt omarmd door de overheid, getuige de vele rapporten die worden gepubliceerd met als thema meer ruimte en vertrouwen voor (ondernemende) burgers. Aan de andere kant zijn er ook tegengeluiden te horen. De vele veranderingen leiden tot tal van vragen en onzekerheden. Zowel aan de kant van de overheid, als bij de professionals in het traditionele maatschappelijke middenveld. Sterk et al. (2013) schrijven in hun boek *Sociaal ondernemerschap in de participatiesamenleving* over sociaal ondernemerschap in de Rotterdamse praktijk. Zij stellen hierbij dat, hoewel de genoemde onderzoeks- en beleidsrapporten een wereld schetsen waarin de participatieleving steeds dichterbij komt en concreter wordt, er in een stad als Rotterdam nog een flinke afstand bestaat tussen de idealen van de participatiesamenleving en de praktijken van burgers, bestuurders, beleidsmakers en professionals (Sterk et al., 2013)

Sociaal ondernemerschap is dan ook te bezien vanuit twee spanningsvelden, die volgens Sterk et al. nauw samenhangen met de ontwikkeling van een participatiesamenleving:

1. Meedoen vanuit het perspectief van de overheid versus meedoen vanuit het perspectief van de (ondernemende) burger.
2. Ondernemen vanuit het perspectief van de markt versus ondernemen vanuit het perspectief van de (ondernemende) burger.

Burgers bewegen op onderstaande assen. Ze leggen verbindingen tussen het overheids- en het burgerperspectief aan de ene kanten tussen het collectieve - (gericht op sociale winst) en het individuele perspectief (gericht op economische winst) aan de andere kant.

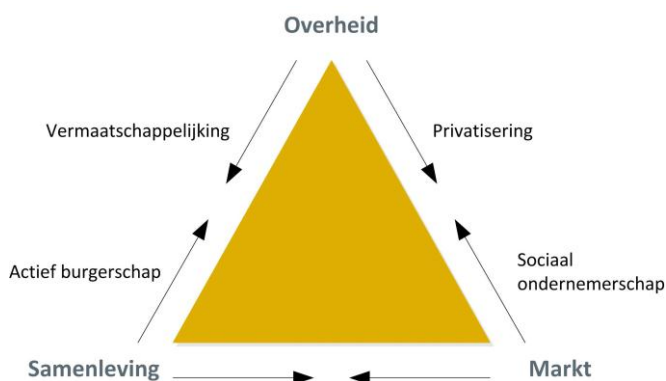


FIGUUR 1: SPANNINGSVELDEN SOCIAAL ONDERNEMERSCHAP (STERK ET AL., 2013)

Om hedendaagse sociaal ondernemerschap te begrijpen zijn er twee verhaallijnen te onderscheiden (Sterk et al., 2013):

1. Een verhaal van burgerschap, ondernemerschap en maakbaarheid: de participatiesamenleving. De participatiesamenleving is het verhaal van een nieuwe maakbaarheid in relatie tot de publieke zaak, waarbij de overheid niet zozeer zelf ingrijpt, maar burgers stimuleert om de problemen op te lossen die de overheid uit naam van het publieke belang benoemt. Steeds vaker wordt gekeken naar wat burgers zelf kunnen en wordt gepoogd burgers meer verantwoordelijkheid te laten nemen voor hun eigen omgeving. Dit wordt de participatiesamenleving van bovenaf genoemd.
2. De tweede verhaallijn heeft betrekking op burgerschap, ondernemerschap en betrokkenheid: de participatiesamenleving is het verhaal van een nieuwe betrokkenheid bij de publieke zaak, waarbij burgers initiatieven nemen die – al dan niet gefaciliteerd door de overheid – bijdragen aan de maatschappelijke productie van o.a. zorg, welzijn, participatie, integratie en lokale economie. Dit wordt de participatiesamenleving van onderop genoemd.

Sociaal ondernemerschap past dus in de ontwikkeling van een participatiesamenleving, maar is niet hetzelfde als actief burgerschap of een doe-democratie. Onderstaande figuur 2 geeft de verschillende verhoudingen weer. Sociaal ondernemerschap wordt vanuit de markt gepositioneerd en richt zich net als de overheid op maatschappelijke vraagstukken (Van der Steen et al., 2013).



FIGUUR 2: VERANDERENDE VERHOUDINGEN TUSSEN OVERHEID, MARKT EN GEMEENSCHAP (VAN DER STEEN & SCHERPENISSE, 2013)

2.1.2. Definitie

Sociaal ondernemers hebben altijd al bestaan, maar in het verleden werden zij visionairs, filantropen, hervormers, heiligen of grote leiders genoemd (Bornstein & Davis, 2010). Greg Dees (1998) stelt dat sociaal ondernemerschap altijd al heeft bestaan, maar dan onder een andere naam. Dees wordt vaak gezien als *the father of social entrepreneurship education*. Hij kwam met de meest geciteerde definitie van sociaal ondernemerschap. In de afgelopen jaren is het begrip sociaal ondernemerschap meer gemeengoed geworden, maar toch ontbreekt het aan een universeel geaccepteerde definitie (Bornstein & Davis, 2010). In veel literatuur wordt er een definitie gegeven, maar de definities zijn vaak onduidelijk. Toch is sociaal ondernemerschap beter gedefinieerd, meer algemeen begrepen en is in toenemende mate geïntegreerd in de wereldwijde debatten over van alles, van de klimaatsveranderingen tot aan de Millenium Development Goals. De zoektocht naar een enkele definitie was lastig en daarom kwam er in plaats van een eenduidige definitie een set van grenzen voor sociaal ondernemerschap. Nicholls (2006) ziet sociaal ondernemerschap als het product van elke individuele, organisatorische of netwerkactiviteit met een sociaal, innovatief en marktgeoriënteerd element. Hierbij zijn de specifieke juridische rechtsvorm/persoon en de sectorale plaatsing van de onderneming minder belangrijk zijn dan de sociale verandering. De grenzen van sociaal ondernemerschap kunnen worden betwist, maar een *umbrellabedering* lijkt breed te worden geaccepteerd (Nicholls, 2006).

De definitie van sociaal ondernemerschap is dus nog steeds in ontwikkeling. Social Enterprise NL is een landelijk platform dat sociale ondernemingen vertegenwoordigt, verbindt en ondersteunt. Doel is om de sector van

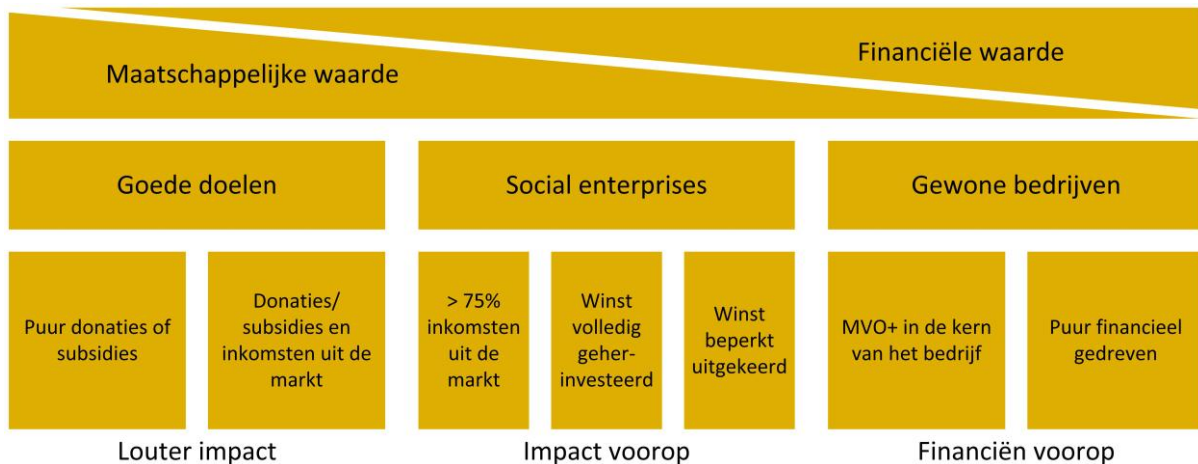
sociale ondernemingen in Nederland te versterken en zo de maatschappelijke impact van deze bedrijven te vergroten. In het boek *Verbeter de wereld, begin een bedrijf* gaan de auteurs onder andere in op de definitie kwestie van een sociale onderneming (Verloop & Hillen, 2013). Zij ontleen hun definitie aan de breed geaccepteerde definitie van het *Social Business Initiative* van de Europese Unie. Social Enterprise NL heeft deze definitie van de Europese Unie overgenomen en aangescherpt voor de Nederlandse situatie. Volgens hen is onderstaande een sociale onderneming (Verloop & Hillen, 2013).

Een sociale onderneming:

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

Social Enterprise NL stelt dat een sociale onderneming een bedrijf is met primair sociale doelen, waarvan de surplus principieel wordt geïnvesteerd in het doel van de onderneming of in de samenleving, in plaats van dat de onderneming gedreven wordt door het verlangen om de winst van de aandeelhouders te maximaliseren. Dit is het verschil met Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO), duurzaam ondernemen of maatschappelijk ondernemen. Bedrijven die maatschappelijk verantwoord ondernemen doen dat op een manier dat people en planet profiteren, maar zulke bedrijven zijn niet opgezet met als belangrijkste doel het creëren van maatschappelijke waarde. Als het puntje bij het paaltje komt, zijn people en planet ondergeschikt aan de aandeelhouderswaarde (Verloop & Hillen, 2013). Bij sociale ondernemingen is de sociale missie primair: de maatschappelijke doelen zijn als een uitdrukkelijke prioriteit in het bedrijf verheven en een sociale en economische return on investment worden bewust nagestreefd, ongeacht of er sprake is van publieke investeringen. Welzijn, sociale welvaart, cohesie en ecologie zijn de belangrijkste maatschappelijke doelstellingen. Waarbij welzijn draait om meer dan verzorgen. Mensen moeten iets kunnen betekenen in de maatschappij door werk en inkomen. Bij sociale welvaart en cohesie gaat het om contact tussen mensen, vaak in lokale gemeenschappen. Hieruit kan nieuwe betrokkenheid ontstaan om bij te dragen aan de andere twee doelstellingen. Sociale ondernemingen opereren vaak ook op het gebied van ecologie, ze werken dan aan duurzame ontwikkeling, schone energie, gezond voedsel en slimme mobiliteit (Verloop & Hillen, 2013).

Sociale ondernemingen leveren net als elke andere ondernemingen een product of dienst en hebben een verdienmodel. Als een organisatie bestaat op basis van subsidies of donaties, dan is er geen sprake van een sociale onderneming. Er is ook geen sprake van een sociale onderneming als de organisatie sterk afhankelijk is van gemeenschapsgeld (Verloop & Hillen, 2013).



FIGUUR 3: INKOMSTEN SOCIAL ENTERPRISES (VERLOOP & HILLEN, 2013)

Figuur 3 maakt de positie van sociale ondernemingen duidelijk. Aan de ene kant van het spectrum bevindt zich de profit sector, waarbij de focus ligt op zoveel mogelijk aandeelhouderswaarde creëren met weinig aandacht voor de belangen van niet-aandeelhouders en de samenleving als geheel. Aan de andere kant staat de traditionele charitatieve non-profit organisatie, die hoofdzakelijk sociale doeleinden heeft, maar minder toegang heeft tot kapitaal en minder ruimte om goed presterende leidinggevenden en medewerkers te compenseren. Als een organisatie in meer dan 75 procent van haar inkomsten voorziet door commerciële omzet door de verkoop van producten of diensten, ziet Social Enterprise NL de onderneming als een sociale onderneming (Verloop & Hillen, 2013).

Sociale ondernemingen organiseren het bedrijf conform de eigen waarden en principes *practice what you preach*. Een sociale onderneming is sociaal in de wijze waarop de onderneming wordt gevoerd. Transparantie is hierbij belangrijk, zowel intern als extern. Daarnaast worden er afspraken gemaakt over de winst.

Er zijn veel verschillende manieren om sociale issues te benaderen, maar sociale ondernemingen hebben hierin een unieke en onderscheidende rol volgens Social Enterprise NL: met hun zelfvoorzienende economische model bieden sociale ondernemingen duurzame oplossingen voor maatschappelijke vraagstukken (Verloop & Hillen, 2013).

- Schaalbaar: Net als alle bedrijven, kunnen sociale ondernemingen groeien om de wensen en prioriteiten van de gemeenschappen te beantwoorden. Soms beïnvloeden ze hele steden, landen of regio's. Hierin verschillen zij van veel traditionele Vzw's (Vereniging zonder winstoogmerk), die vaak beperkt zijn tot beschikbare donoren, overheid en filantropische financiële middelen. Sociaal ondernemers zijn meer bereid om te delen en te leren van elkaar, omdat ze gericht zijn op het vergroten van de sociale impact.
- Betrokken aandeelhouders: Sociale ondernemingen kunnen mensen een stem geven in het bestuur van de onderneming, als eigenaar, medewerker en betalende klant.
- Issues: De kwesties van sociale ondernemingen zijn vaak zaken waarin de private sector niet wil investeren, zoals training, opleidingen en werkgelegenheid voor mensen die extreme fysieke, psychische en/of cognitieve barrières ondervinden.
- Sociale ondernemingen hebben een grote innovatiecapaciteit: De ondernemers zijn bereid tot het nemen van risico's die leiden tot innovatie. Ze spelen tijdig in op de vraag van de consument. Met de andere instelling die de ondernemers hebben kunnen zij misschien voor verandering zorgen. (Verloop & Hillen, 2014).

2.1.3. De keerzijdes van sociaal ondernemerschap

Kritisch enthousiasme

In de introductie is gesproken over Thomashuizen en de verschillende perspectieven die er zijn op Thomashuizen. Op 31 mei 2014 publiceerde de Volkskrant het artikel *Thomashuizen gebruiken zorggeld om huur te betalen*. Het artikel beschrijft dat politici Thomashuizen al jaren zien als het voorbeeld hoe het beter kan in de zorg: huiselijk, zonder bureaucratie en goedkoper. Echter blijkt ook uit het artikel dat de zorgondernemers van de 120 Thomashuizen voor verstandelijk gehandicapten, de persoonsgebonden budgetten van de bewoners die bestemd zijn voor zorg gebruiken om de huur van hun kapitale panden mee te betalen. Met persoonsgebonden budgetten kunnen gehandicapten zelf hun zorg inkopen. Dit geld is echter niet bedoeld voor de huur. Harrie Verbond, hoogleraar openbare financiën aan de Universiteit van Tilburg, geeft aan dat hier formeel oneigenlijk gebruik wordt gemaakt van zorggeld. Volgens een oud-uitbater van een Thomashuis, gaat dit ten koste van de kwaliteit van de zorg (Eftting & Stoffelen, 2014).

Andere (zeer) kritische geluiden komen naar buiten bij de Zembla-uitzending *Handel in gehandicapten* (2010). Er werd in deze aflevering aandacht besteed aan de wantoestanden op enkele zorgboerderijen. Oud-medewerkers vertellen in de uitzending dat er veel geld binnenkomt dat bedoeld is voor individuele begeleiding, maar dat de gehandicapten deze zorg niet krijgen. De zorgboerderijen houden zo tonnen over. De afgelopen jaren is het aantal zorgboerderijen en woongroepen voor mensen met een beperking sterk gestegen. Iedereen kan zonder een diploma in de zorg een dergelijke onderneming starten. Zembla stelt dat er geen enkele instantie systematisch toezicht houdt en dat het daarom uit de hand is gelopen (Zembla, 2010a).

Bovenstaande voorbeelden vragen om de houding van kritisch enthousiasme, zoals beschreven in de introductie. Zorgboerderijen en Thomashuizen hebben de potentie van volwaardige, veelbelovende ontwikkelingen in de manier waarop ze invulling geven aan het publieke domein, maar in beide gevallen moet dit niet de aandacht voor de risico's verdringen.

Ideologische en pragmatische kritieken

In het essay *Pop-up publieke waarde: overheidssturing in de context van maatschappelijke zelforganisatie* van Van der Steen et al. (2013) worden een aantal pragmatische en principiële kritieken genoemd op *vermaatschappelijking*. Dit bestaat aan de ene kant uit actief burgerschap en aan de andere kant uit sociaal ondernemerschap (Van der Steen et al., 2013). Deze scriptie behandelt alleen de kritieken die betrekking hebben op sociaal ondernemerschap.

De eerste twijfel die wordt genoemd is bij het vermogen van de samenleving om op langere termijn voldoende en afdoende publieke waarde te produceren. De auteurs vragen zich af of het raadzaam is om het systeem mede te bouwen op initiatieven die een onzekere houdbaarheid hebben. Als er ondernemers zijn die zich op dit moment willen inzetten, maar over een paar jaar zich niet meer willen inspannen heeft dat consequenties voor de continuïteit van het product of de voorziening (Van der Steen et al., 2013).

Een tweede tegenwerping ligt in de variëteit die op deze wijze ontstaat. Vermaatschappelijking impliceert verschil, omdat verschillende netwerken tot uiteenlopende soorten productie komen. *Bouwen op vermaatschappelijking betekent inherent dat de grote variëteit van de samenleving zich in de voorzieningen vertaalt, zonder dat de overheid daarin correctie, ordening of uniformiteit aanbrengt* (Van der Steen et al., 2013). Verschillende burgers (en ondernemers) hebben andere prioriteiten en kwaliteitsnormen. Daardoor gebeurt er in de ene stad of wijk van alles, terwijl er in andere steden of wijken niets van de grond komt. Critici spreken van ongelijke kansen en willekeur. Dit is bijvoorbeeld te zien bij het verdwijnen van veel wijkbibliotheken en Leeszaal Rotterdam-West die is ontstaan als reactie hierop. Deze leeszaal is een belangrijke publieke voorziening in Rotterdam-West, deze publieke voorziening blijft echter uit in andere wijken in Rotterdam waardoor er verschil ontstaat (Van der Steen et al., 2013).

Het derde kritiekpunt is dat zelfsturing niet hetzelfde is als democratie. Bij sociaal ondernemerschap gaat het niet om het vinden van meerderheden en het deugdelijk omgaan met zwakke belangen van minderheden. Het gaat om activiteit. De verschillende belangen worden niet afgewogen en spanningen worden hier dan niet opgelost. Het essay noemt het voorbeeld van een zelf aangelegde speeltuin in de wijk. Dit klinkt goed, behalve voor wie niet van speeltuinen houdt. (Van der Steen et al., 2013).

De laatste kritische noot die wordt genoemd met betrekking tot sociaal ondernemerschap gaat over de concrete incidenten die mogelijk voortkomen uit het starten van een onderneming. De eerder genoemde zorgboerderij is een extreem voorbeeld, maar er kunnen ongemakkelijke situaties ontstaan. Een paar vragen die worden gesteld in het essay zijn: Zijn burgers die zelf een kinderopvang aan huis organiseren zich bewust van de veiligheidsrisico's die ze nemen? Wie houdt de basiskwaliteit van de zorg in de gaten bij sociale ondernemingen? Hoe is de aansprakelijkheid georganiseerd? Wie is er verantwoordelijk? De conclusie die wordt getrokken is dat vaak de overheid alsnog verantwoordelijk is (Van der Steen et al., 2013). Naar aanleiding van de misstanden bij de eerdergenoemde zorgboerderij, werden er bijvoorbeeld Kamervragen gesteld (Zembla, 2010b). De overheid kan de ongemakkelijke situatie vervolgens rechtzetten.

Borging van de kernwaarden

Het rapport *De koopman als dominee* (2013) laat Tabel 1 zien.

Publieke waarden	Kenmerkende eigenschap sociaal ondernemerschap	Complexiteit voor de overheid
Gelijkheid	Iedere sociale onderneming is anders, bovendien werken sociale ondernemingen in een bepaald gebied. Ongelijkheid is wel beschouwd de basis voor het sociaal ondernemen.	Toestaan van ongelijkheid doordat sommigen wel en andere niet van de diensten gebruik kunnen maken, of in het belang van solidariteit tegengaan van aanvullingen op het systeem die de gelijkheid in het gedrang brengen.
Kwaliteit	De sociale ondernemer brengt de kwaliteit die vanuit zijn ervaring nodig is en die zijn doelgroep of zijn klanten willen afnemen.	Kwaliteit wordt doorgaans om begrijpelijke redenen gedefinieerd in termen van diploma's en toetsbare standaarden. Deze formele definities matchen niet als vanzelf met de ervaringswijsheid van de ondernemers en zijn medewerkers (vaak vrijwilligers).
Transparantie	Intransparantie van de zakelijke kanten van de ondernemingen en de werking van het sociaal ondernemerschap maken uiteindelijk mede dat het kan werken.	Waar we van de overheid steeds transparantie verwachten, zijn ambiguïteit en intransparantie kernwaarden van sociaal ondernemerschap. De vraag is hoe transparantie te borgen als intransparantie de kern van de business vormt.

TABEL 1: COMPLEXITEIT BORGING VAN KERNWAARDEN (SCHULZ ET AL., 2013)

Dit schema gaat over de complexiteit van de borging van kernwaarden. De borging van publieke waarden wordt moeilijker in situaties waarin de overheid niet zelf sturend is.

Gelijkheid kwam al eerder naar voren. Ongelijkheid wordt gesteld is de basis voor sociaal ondernemen. Daarnaast wordt kwaliteit als publieke waarden genoemd. Kwaliteit bij sociale ondernemingen is in *the eye of the beholder*. Sociaal ondernemers leggen zich niet neer bij bepaalde kwaliteitsstandaarden. Waar de geobjectiveerde voorziening een bepaald basisniveau heeft, zien bijvoorbeeld ouders en betrokkenen heel andere eigenschappen (Schulz et al., 2013). De sociaal ondernemers bekijken de vraagstukken en kwaliteit vanuit hun eigen ervaring. De ondernemers gaan op dat moment zelf aan de slag en bewegen op het publieke domein, maar los van de overheid. Ze vragen geen toestemming om aan de slag te gaan. Het voltrekt zich dan ook buiten de bestaande structuren. Het ontstaat omdat mensen daar zelf voor kiezen en houdt ook op met bestaan als mensen daar zelf voor kiezen. De ondernemingen hebben als doel om een maatschappelijke bijdrage te leveren, maar dit kan tot ongemak leiden bij de gevestigde orde. Dit komt doordat de overheid zich

er wel toe moet verhouden, want de overheid gaat over het beleidsterrein, maar de overheid gaat niet over het concrete project (Schulz et al., 2013).

Het laatste punt is de intransparantie waar sprake van is bij sociale ondernemingen. Terwijl transparantie als kernwaarde wordt verondersteld (Schulz et al.,2013).

Ook Franssen en Scholten (2007) schrijven over verschillende waarden en sociaal ondernemerschap. Zij hebben het over *blended value*, ontwikkeld door Jed Emerson. Hij stelt dat organisaties en ondernemingen tegelijkertijd meerdere waarden creëren, op sociaal, ecologisch en financieel gebied. Met *blended value* bedoelt hij dat de waarde die ondernemingen of organisaties creëren ondeelbaar is. Het gaat om de som van de financiële, ecologische en sociale elementen. Zowel non-profit - als profit organisaties creëren een gemengde waarde. Deze kan positief of negatief zijn. De gemengde waarde bestaat uit de verschillende gerealiseerde financiële, ecologische en sociale resultaten. Winstgevende bedrijven die het milieu aantasten of slecht zijn voor hun medewerkers krijgen een lagere gemengde waarde. Sociale ondernemingen die hoog scoren op sociale waarde, maar een wankele financiële basis hebben, krijgen een lagere gemengde waarde. Franssen en Scholten (2007) noemen dit het ondeelbare waarde-concept. Om de gemengde waarde te bepalen, kan Figuur 4 checklist worden gebruikt:

	Positieve impacts	Negatieve impacts
Bedoelde impacts		
Onbedoelde impacts		

FIGUUR 4: CHECKLIST BLENDED VALUE (FRANSSSEN & SCHOLTEN, 2007)

Grenzen van sociaal ondernemerschap

In het rapport *the limits of social enterprise: a field study and case analysis* (Seedco, 2007) gaan de auteurs in op de grenzen van sociaal ondernemerschap. Zij halen aan dat meer dan de helft van kleine ondernemingen faalt in de eerste jaren of niet van de grond komt. Voor sociale ondernemingen is dit niet anders. De auteurs stellen: *“There is no reason to believe that the success rate of non profit enterprises is any better than that of small businesses. And the consequence can be more serious if it imperils or inhibits the non-profit from carrying out its social mission”*. Door de sociale doelen te linken aan het financiële succes kunnen ondernemingen worden gedwongen om beslissingen te nemen die de structuur van de organisatie en de prioriteiten van de ondernemingen aantasten en zelfs de oorsprong van de onderneming bedreigen. In het rapport van Seedco (2007) stelt Spence Limbocker dat hij ziet dat sociale ondernemingen die geld proberen te verdienen, worden afgeleid van hun missie of zelfs afwijken van hun missie. Daarom noemt het rapport als les dat sociale ondernemingen moeten proberen om hun impulsen om te groeien te onderdrukken: *“The more social responsibilities a venture assumes, the more difficult it is to succeed in the marketplace”* (Seedco, 2007).

Mythes rond sociaal ondernemerschap

Branden (2014) spreekt over de mythes van sociale innovatie en doet uitspraken als *“sociale innovatie is geen toverdrank”* en *“wie zich blindstaart op het magische concept slaat de plank mis”*. Branden stelt dat sociale innovatie geen toverdrank is, omdat het niet zo is dat als er eenmaal een recept is, dat dan het drankje kan worden gebrouwen als oplossing voor de problemen. Vaak wordt de vergelijking gemaakt tussen sociale

innovatie en een innovatie in een marktcontext, maar deze vergelijking is moeilijk te maken. Een bedrijf als Apple maakt de iPad niet alleen voor een lokale markt, het doel is verspreiding naar zoveel mogelijk plekken. Typisch voor sociale innovaties is juist vaak dat zij worden gecreëerd om een specifiek lokaal probleem op te lossen (Brandsen, 2014). De innovaties zijn dan ook sterker context gebonden dan economische of technologische tegenhangers. Wil een innovatie op een andere plek ook werken, dan moet er vertaald worden. Er kan niet simpelweg gekopieerd worden naar een andere plek. Social franchising, zoals bijvoorbeeld de Thomashuizen, is eerder uitzondering dan regel. Een voorbeeld is de verplaatsing van een project met werkloze jongeren van Berlijn naar Barcelona. Hier waren grote verschillen in relevante factoren, waaronder het onderwijssysteem, de lokale arbeidsmarkt, regels omtrent werken en de dominante politieke stroming. Ook binnen landen en tussen wijken kunnen de verschillen groot zijn. Soms ligt het er alleen al aan of de personen op de juiste of verkeerde plaats zitten. Volgens Brandsen (2014) kan een sociale innovatie pas slagen als het onderliggende idee wordt losgeweekt van de vorm en er iets nieuws van wordt geknutseld. Brandsen roept daarmee de fundamentele vraag op wat het onderscheid is tussen het bedenken en het overnemen van een innovatie. De iPad is bedacht en anderen zijn in staat om het apparaat te bedienen. Bij een maatschappelijk initiatief werkt dit anders. Degenen die een sociaal initiatief in hun eigen stad willen invoeren moeten het deels zelf vormgeven, zodat het past op de lokale omstandigheden. De complexiteit van de materie is erg bepalend. Een onderneming als Resto van Harte (restaurantformule om mensen in de wijk bijeen te brengen) heeft een redelijk simpel concept, maar bij sociale initiatieven voor zorg wordt het al lastiger om het initiatief ook op te zetten op een andere locatie. Uit Europees onderzoek blijkt dat er een lang proces vooraf gaat aan het ontstaan van een initiatief. Een initiatief blijkt pas echt van de grond te komen als mensen samen gaan praten. Wanneer er een gedeeld probleembesef is ontstaan en mensen bereid zijn om samen te werken komen initiatieven van de grond. Wie zich dan blindstaart op het magische concept slaat de plank mis. Brandsen sluit af met "*fouten en mislukkingen moeten daarbij met liefde worden omarmd, want succes kan niet bestaan zonder zijn spiegelbeeld.*" (Brandsen, 2014).

2.1.4. Samenvatting

De eerste paragraaf beschrijft waarom sociaal ondernemerschap niet kan los worden gezien van de huidige context waarin Nederland staat voor grote complexe sociale, ecologische en economische uitdagingen. Sociale ondernemingen proberen oplossingen te bieden en nemen het aanpakken van maatschappelijke problemen als uitgangspunt. Sociale ondernemingen zijn actief in vrijwel alle branches. Ze combineren sociale doelstellingen met een commercieel bedrijfsproces en commerciële, dienstverlenende of productieactiviteiten. De positie van sociale ondernemingen bevindt zich tussen de overheid, de markt en de gemeenschap. Bij social entrepreneurship 3.0 gaat het om burgers die denken en handelen als *change makers*: ze werken krachtig samen met anderen om maatschappelijke veranderingen te realiseren. In deze context zijn twee verhaallijnen te onderscheiden:

- Sociaal ondernemerschap als een wens van de participatiesamenleving van bovenaf
- Sociaal ondernemerschap als een ontwikkeling van de participatiesamenleving van onderop.

De definitie en elementen van sociaal ondernemerschap komen in de tweede paragraaf naar voren.

De derde paragraaf beschrijft de keerzijdes en risico's van sociaal ondernemerschap in de literatuur. Incidenten, zoals het genoemde voorbeeld van de zorgboerderij, binnen sociale ondernemingen tonen aan dat het aannemen van een kritische houding gepast is. Dit onderzoek kijkt met kritisch enthousiasme naar sociaal ondernemerschap. Kritisch enthousiasme is een kritische houding tegenover iets dat in potentie een volwaardige en veelbelovende ontwikkeling is in de manier waarop wij het publieke domein invulling geven (Specht, 2012). Vanuit deze houding zijn onderstaande keerzijdes en risico's gevonden.

Er zijn een aantal pragmatische en principiële kritieken genoemd. Daarnaast blijkt dat de borging van publieke waarden moeilijker is in situaties waarin de overheid niet zelf sturend is. Sociaal ondernemerschap brengt tegenstellingen met zich mee in de realisatie van publieke waarden (gelijkheid, kwaliteit en transparantie). Met de gemengde waarde, kan worden gezien of een onderneming een positief of negatief effect heeft. De

literatuur beschrijft de grenzen van sociaal ondernemerschap. Daarbij moet aandacht zijn voor het falen van sociale ondernemingen, omdat de gevolgen groter kunnen zijn dan wanneer een reguliere onderneming omvalt. Onder deze grenzen vallen ook de groei van de specifieke ondernemingen en het risico om af te wijken van de sociale missie. Tot slot beschrijft de derde paragraaf de mythes rondom sociaal ondernemerschap of sociale innovaties waarbij de nadruk ligt op de potentie van sociale ondernemingen maar dat er vaak blind gestaard wordt op het magische concept. Meerdere argumenten geven aan waarom sociale innovatie niet gezien moet worden als toverdrank.

Uit de literatuur blijkt de waarde die wordt toegekend aan sociale ondernemingen om bij te dragen aan publieke taken en maatschappelijke problemen. De literatuur laat een dynamisch fenomeen zien wat zowel in definitie als in rol en plek in ontwikkeling is. De literatuur rondom de keerzijdes en risico's van sociaal ondernemerschap wordt aan de ene kant dan ook vanuit enthousiasme geschreven, maar wel met het besef dat er niet ontkend mag worden dat er risico's verbonden zijn aan sociale ondernemingen. De focus moet niet alleen liggen op succesverhalen of de positieve punten van sociale ondernemerschap, de gegeven risico's laten zien dat het vaak van de onderneming afhankelijk is of deze keerzijdes zich zullen voortdoen.

2.2. Constructie van de sociale werkelijkheid

"What disturbs men's minds is not events, but their judgements on events." (Epictetus, in: Hoppe, 2011).

Veel mensen zullen beamen dat weten en denken geen passieve handelingen zijn. Onze gedachten weerspiegelen niet alleen de werkelijkheid, maar zijn actief betrokken bij het creëren van beelden van de werkelijkheid. Ervaringen van de werkelijkheid zijn in feite sociale constructies. Voorgaande wordt het constructivistische of interpretatieve perspectief genoemd (Hoppe, 2011). Hierbij zijn de definitie en waarneming van problemen inherent subjectief en normatief.

Haaks op dit perspectief staat de positivistische benadering waarbij er wordt uitgegaan van het bestaan van een objectieve, eenduidige waarheid in de wereld die achterhaald kan worden door wetenschappelijke methoden te hanteren waarbij de nadruk ligt op het systematisch en statistisch meten van directe observaties van de werkelijkheid (Hoppe, 2011).

Bij het sociaal-constructivistische perspectief gaat men uit van de perceptie dat er geen eenduidige objectiviteit en realiteit bestaan. Er bestaan meerdere realiteiten naast elkaar door de verschillende ervaringen die individuen beleven en interpreteren (Boeije, 2005). De essentie achter deze benadering is dat mensen betekenis geven aan gebeurtenissen en fenomenen en dat ze die betekenissen onderling uitwisselen in hun alledaagse interactie, zodanig dat ze een werkelijkheid kunnen construeren. Er wordt hierbij verondersteld dat mensen van elkaar afwijkende perspectieven kunnen hebben op een gebeurtenis of fenomeen waardoor er verschillende werkelijkheden bestaan (Boeije, 2005). Kijkend vanuit het sociaal-constructivistische perspectief zijn waarnemingen van mensen gekleurd door hun eigen beelden, ervaringen relaties en cultuur. Hierdoor worden er verschillende interpretaties aan de werkelijkheid gegeven en kunnen er verschillende betekenissen ontstaan over een maatschappelijke gebeurtenis. Dit is belangrijk, omdat hierdoor mensen in veel verschillende situaties het niet eens zijn over een verschijnsel, de oorzaken van iets, de ernst ervan en de gevolgen, noch over de oplossingen (Korsten, 2005).

In dit onderzoek wordt vanuit sociaal-constructivistisch perspectief gekeken naar sociaal ondernemerschap. Aan de hand van de volgende manieren van constructie wordt er duiding gegeven aan de verschillende perspectieven: framing en framing contests.

2.2.1. Framing

In het artikel *Framing Framing. Betekenisgeving en besluitvorming over beleid* beginnen de auteurs met drie uiteenlopende uitspraken van verschillende wetenschappers: *'Framing is een actueel bestuurskundig thema'*, *'framing is een thema dat vooral in andere sociaalwetenschappelijke discussies is uitgewerkt'* en *'framing behoort tot de klassieke thema's in ons vakgebied'* (De Bruijn, Schillemans & Van der Steen, 2012a). De auteurs stellen dat alle drie de uitspraken 'waar' zijn, maar dat ze alle drie verschillende verwachtingen oproepen en aanzetten tot andere verhaallijnen. Het lijkt op framing van framing. Framing is een onderwerp dat door verschillende disciplines wordt ingezet en op verschillende manieren wordt benaderd (De Bruijn et al., 2012a).. Dit maakt het interessant, maar ook lastig. Hieronder worden verschillende perspectieven op framing weergegeven, waarna duidelijk wordt welke bril zal worden gebruikt voor het verdere onderzoek

Framing volgens Rein & Schön

Rein & Schön (1986) introduceren het concept 'frame'. Met een frame bedoelen zij dat mensen een bepaalde blik hebben, op basis van onze onderliggende structuren, geloof, percepties en waardering. Het frame dat iemand heeft, bepaalt hoe hij of zij de wereld ziet. Het frame is bepalend voor de wijze waarop mensen situaties interpreteren. Daarmee wordt framing ook als problematisch gezien, want het leidt tot verschillende wereldvisies en creëert verschillende sociale realiteiten (Rein, Schön, 1986).

Volgens Rein & Schön (1986) kent framing drie verschillende niveaus: het individu, de wetenschap en het beleid. Bij alle niveaus is er sprake van verschillende, conflicterende frames. Groepen hebben op verschillende niveaus een eigen werkelijkheidsbeeld. In de wetenschap wordt er bijvoorbeeld vanuit verschillende disciplines naar hetzelfde fenomeen gekeken. Een socioloog kijkt vanuit een ander perspectief naar een fenomeen dan een econoom. Dit is ook te zien in de verschillende departementen. Een jurist kijkt vanuit een ander perspectief naar een gedoogbeleid dan een medewerker van het Ministerie van Volksgezondheid (Korsten, 2008). De conflicten zijn hier niet alleen gebaseerd op verschillende meningen, maar ook op de kern van het probleem ('disagree about the nature of their disagreements'). De strijd gaat over de verschillende waarden en kennis, maar ook over de samenhang daartussen (Rein & Schön 1986). Ondanks dat frames een grote invloed hebben op onze interpretatie, zijn ze moeilijk te onderscheiden. Dit komt, omdat ze vaak impliciet aanwezig zijn we altijd kijken met een eigen visie en omdat frames zijn ingebed (Rein & Schön, 1986).

Framing en beleid

Rein en Schön zijn niet de enige wetenschappers die zich hebben bezig gehouden met het begrip framing. Korsten schreef al in 1988 in *Bestuurskunde als een avontuur* over framing. De stelling die naar voren kwam in zijn beschouwing was dat in de praktijk van het openbaar bestuur werkzame bestuurskundigen niet alleen onderzoek moeten kunnen doen en aanbevelingen geven, maar dat zij ook in staat moeten zijn om een bestuurlijk vraagstuk vorm te geven door de keuze en uitwerking van een perspectief op een vraagstuk te geven. Bestuurskundigen moeten een probleemverkenning en een daarbij passend handelingsperspectief kunnen formuleren. Ze moeten in staat zijn om beleid te ontwerpen door te framen (Korsten, 1988). In de praktijk zit er dan een bepaald verhaal achter het beleid, een bepaalde kijk op een zaak waarop de koers is uitgezet. Hij stelt: *"Framing is niet alleen iets in debatten. Elk beleid impliceert een frame."* De hoogleraar stelt dat hij in 1988 met zijn beschouwing vooruit liep op de theorie van Rein en Schön (Korsten, 2013). De stelling van Rein en Schön is: *"achter alle beleid gaat een bepaald frame schuil"*. Het frame zou de kern zijn van beleid. Een frame is een probleemoplossingscomplex dat in heldere bewoording is verwoord en gevat. Het is een antwoord op wat het probleem is en wat er moet gebeuren om een probleem op te lossen (Korsten, 2013). Volgens Van Twist (1993) is framing een proces dat vergelijkbaar is met de vorming van een beleidstheorie in de praktijk. Het gaat in de formulering van Van Twist (1993) *"[...] om het selecteren, organiseren en interpreteren van en vervolgens zin geven aan een complexe werkelijkheid, om zo in grensposten voor het weten, analyseren, overreden en handelen te voorzien"* (Korsten, 2008). Frames zijn een beleidsperspectief op

een probleem en waar gesproken wordt van framing, bestaan er meestal meerdere perspectieven naast elkaar (Korsten, 2008).

Framing meer dan taal

Bestuurskundigen De Bruijn et al. (2012a) stellen dat framing gaat over het positioneren van verhalen over gebeurtenissen, feiten en organisaties in een specifieke context, waardoor sommige aspecten op de voorgrond treden en andere naar de achtergrond verdwijnen. Framing wordt in eerste instantie beschouwd als retorische techniek, die inzetbaar is in debat (De Bruijn et al., 2012a). De Bruijn (2011) ziet framing dus vooral als een communicatiestrategie om een visie te laten landen en te laten plakken. In zijn boek *Framing* gaat hij in op de macht van taal in de politiek. Hij geeft in het boek veel voorbeelden van framing en beperkt zich tot voorbeelden uit de politiek. Echter benoemt hij nadrukkelijk dat iedereen frameet, bewust of onbewust. Een frame kan allerlei vormen aannemen. Het kan een analogie zijn, een vergelijking, een metafoer, een verhaal of eenvoudigweg een goed gekozen term of oneliner (De Bruijn, 2011). Volgens de Bruijn (2011) bezit een goed frame de volgende elementen;

- Het blijft hangen.
- We zijn het met het frame eens.
- Er is in een frame een boef of een sukkel.
- De tegenstander moet in het frame stappen.
- Het frame is gekoppeld aan een maatschappelijke onderstroom.
- Het frame verlost ons van een dilemma.

De sociologie, met als belangrijk exponent Erving Goffman (1974), ziet frames juist weer als sociale rolpatronen met verwachtingen en rituelen. Volgens Arno Korsten (2013), Hoogleraar bestuurskunde aan de Universiteit Maastricht, is framing een perspectiefkeuze, die uitmondt in een bondig geformuleerde, aansprekende kijk op de zaak (een verhaal), die zo scherp en tegelijk warm is dat die bij een publiek blijft hangen. Op deze manier bekeken is een frame minder dan een ideologie en meer dan een oneliner. Bij de vraag 'Is de militaire Uruzgan-missie een gevechtmissie of een opbouwmissie?' kan het onderscheid worden gemaakt tussen twee verhalen, twee verschillende frames over de missie, want tussen deze opties zullen doelen en middelen verschillen (Korsten, 2013). Hans de Bruijn zegt hierover "*framing is naming*" (De Bruijn, 2010).

Bij het grote publiek werd framing vooral bekend door de taalwetenschapper George Lakoff. Hij ziet framing als een belangrijk onderdeel van de infrastructuur van ons brein. Hij maakt onderscheid tussen het bewustzijn en het onderbewuste. Lakoff schrijft in zijn boek *Don't think about a pink elephant* over de verschillende waarden en frames in debatten (Lakoff, 2004). Als je verteld wordt dat je niet mag denken aan een roze olifant, denk je juist aan een roze olifant. Je vestigt er de aandacht op en brengt mensen in feite op een idee. Dit is slechts één van de constatering van Lakoff.

Gagestein (2012) omschrijft frames als mentale pakketjes waar gevoelens, waarden, woorden, beelden en ervaringen aan gekoppeld zijn. Framing duidt op de wijze waarop mensen informatie verwerken en ordenen. De boodschappen en informatie die mensen ontvangen worden bijna altijd geordend volgens reeds bestaande frames – verhalen of metaforen – die als het ware als olifantenpaadjes bepalen hoe informatie wordt verwerkt, opgeslagen en weer wordt gecombineerd met reeds bestaande inzichten. Op de specifieke inhoud van die framebundels zoals die in ons hoofd zitten, hebben we, zoals hierboven aangehaald, nauwelijks bewuste invloed. Een frame is een denkraam (of pakketje) dat zich manifesteert in taal en beeld (Gagestein, 2012). Bepaalde woorden of beelden kunnen een uiting zijn van een bepaald frame.

Baldwin van Gorp (2006) noemt die uiting een framing device. De daadwerkelijke ingrediënten van het frame zijn de elementen (reasoning devices) die het verhaal vormen.

Volgens Van Gorp zijn er vier vragen om te kijken wat een frame omvat en of er meerdere naast elkaar bestaan (Van Gorp, 2006):

- Wat is het probleem?
- Wie of wat heeft het probleem veroorzaakt?
- Welk moreel oordeel dient men daar over te vellen?
- Hoe kan de situatie worden verholpen?

Vaak gaat framing over taal, dit komt omdat taal de manier beïnvloedt waarop we naar de werkelijkheid kijken. Taal is gerelateerd aan conceptuele kaders. Kaders kunnen worden aangeleerd tijdens het leren van taal, maar kunnen ook later worden gevormd of aangepast door ervaring en context (Cels, 2007). De verschillende kaders koppelen taak aan beelden en gevoelens. Door deze koppeling is men in staat om de wereld beter te interpreteren en te beoordelen. Taal kan gekoppeld zijn aan verschillende conceptuele kaders en deze kunnen ook bij verschillende mensen anders gevormd zijn. Zeker als het gaat om ingewikkelde en abstracte zaken heeft niet iedereen dezelfde frames. Door het ontwikkelen van de juiste frames en de juiste taal wordt de argumentatie overtuigender en de grip op een debat steviger (Gagestein, 2010).

Onderzoeker Baldwin van Gorp definieert framing als volgt: *"een standvastige, metacommunicatieve boodschap die het structurerende denkbeeld weergeeft dat een tekst samenhang en betekenis verleent."*

Framing wordt in de literatuur ook genoemd bij rampen en crises. Welk frame wordt gebruikt, bepaalt de interpretatie. Bijvoorbeeld of de crisis wordt opgevat als een ramp zonder schuldige, het resultaat van gretigheid of een kans op ruimte voor innovatie. Bij framing is de waarheid niet de inzet. Het veelomvattende en abstracte concept crisis is namelijk onmogelijk objectief te interpreteren. Zelfs in de wiskunde wordt een getal pas interessant als je er iets mee kunt uitdrukken, door het getal te interpreteren en er dus een oordeel over te vellen. De theorie over framing in crises wordt in het theoretisch kader uitgebreider behandeld (Gagestein, 2012).

Interpretatie is altijd subjectief, omdat de interpreteerder zelf bepaalt wat meeweegt. Een waarheid laat zich lastig onderzoeken. Hoe mensen interpreteren is daarentegen wel te onderzoeken en levert interessante data op over hoe mensen de wereld bezien en hoe ze daar hun gedrag op aanpassen. Een crisis wordt op verschillende manieren geframed en wordt dus ook op verschillende manieren ervaren door de burger. Hoe zetten feiten, analyses en beelden zich precies als verhaal en als denkkader in iemands hoofd? (Gagestein, 2012).

Doorbraak frame botsingen

Na verloop van tijd zal er behoefte zijn aan een nieuw verhaal, een nieuw perspectief. Dit kan bijvoorbeeld door te vernieuwen, te herstructureren of te moderniseren. Hierbij gaat het ene gestolde frame over op het andere. Korsten noemt dit *reframing*. Reframing kan ook een oplossing zijn voor een doorbraak van botsingen tussen frames.

Volgens Rein & Schön (1986) kunnen frame botsingen een bedreiging zijn voor de voortgang en zijn er twee mogelijke scenario's bij een frame doorbraak:

1. Bij een discussie tussen partijen die elkaar willen en kunnen begrijpen heeft de uitwisseling van argumenten zin. Er zijn daardoor leereffecten mogelijk. Door deze leerprocessen kunnen nieuwe frames ontstaan.
2. Bij controverses lijkt het ontstaan van nieuwe frames onmogelijk. Bij de discussie praat men langs elkaar heen, waardoor er vertraging ontstaat in bijvoorbeeld besluitvorming, zonder dat er een doorbraak komt. Als partijen niet nader tot elkaar komen en er geen consensus ontstaat, zal er een radicale verandering volgen. Dit leidt tot eigen gelijk en verspilling (Korsten, 2008).

Rein en Schön (1993) schrijven in hun artikel *Reframing policy discourse* over het wijzigen van frames bij controverses. Reframing kan dan een oplossing bieden. Hoppe (1988) spreekt in dit kader over de verschuiving van de focus van probleemoplossing naar probleemvinding. Hierbij kiezen partijen het perspectief van een ander, kruipen in de huid van de andere partij om zo stereotype beelden te laten afzwakken. Vervolgens schuiven denkkaders in elkaar tot een gemeenschappelijk kader: het nieuwe frame. Als mensen hun frames laten beïnvloeden en meer loslaten, kunnen nieuwe concepten en interpretaties zich ontwikkelen (Korsten, 2008). Door het introduceren van nieuwe frames kan de hechting aan het oude frame doorbroken worden en kunnen leerprocessen ontstaan. Hierdoor creëren zich onder andere nieuwe concepten, interpretaties, ideeën en overtuigingen. Als mensen inzien waarom anderen anders denken dan zichzelf, kunnen zij hun eigen denken beïnvloeden en dat is van invloed op hun acties. Dit kan leiden tot reframen (Rein & Schön, 1994).

Verskillende benaderingen framing op een rijtje

Uit het bovenstaande kunnen verschillende benaderingen worden onderscheiden (De Bruijn et al., 2012a):

- Framing kan worden opgevat als een proces van informatieverwerking door burgers als ontvangers. Deze cognitief-psychologische benadering laat zien dat mensen de werkelijkheid niet onbevangen en zuiver, als een tabula rasa, waarnemen, maar deze direct hercoderen en vertalen naar bestaande denkschema's.
- Het politieke communicatie perspectief definieert framing als de inhoud en vorm van communicatieboodschappen die journalisten en politiek-bestuurlijke gezagsdragers als zenders versturen.
- In het bestuurlijke-organisatorische perspectief verschuift de aandacht van de mediacommunicatie naar communicatie met burgers en het formuleren van beleid.
- De hierboven genoemde benaderingen gaan uit van een externe werking van frames. De historische-bestuurlijke benadering stelt juist de interne werking centraal. Hier gaat het er om hoe een maatschappelijke vraagstuk dat is samengesteld uit allerlei feiten en gebeurtenissen bestuurlijk wordt vertaald en begrepen in de loop van de tijd. Dezelfde harde feiten kunnen in zeer uiteenlopende frames worden begrepen en aanzetten tot geheel tegengestelde beleidsmaatregelen.
- De Bruijn, Van Bueren en Kreiken benadrukken in het artikel *Framing en reframing* in het klimaatdebat ook de historische-bestuurlijke benadering en schrijven hierin ook over de cultureel-sociologische benadering. Waarin het gaat over macro-narratieven in de samenleving, de vigerende maatschappelijke frames hebben een grote mate van dominantie (De Bruijn et al., 2012b).

Van de bovenstaande benaderingen wordt in dit onderzoek framing gezien volgens de historisch-bestuurlijke benadering en de cultureel-sociologische benadering. Hier is voor gekozen omdat het fenomeen sociaal ondernemerschap op twee niveaus benaderd kan worden (vanuit bestuurlijk niveau en vanuit de samenleving). Framing zal in dit onderzoek worden opgevat als meer dan taal. De specifieke informatie die zal worden gebruikt uit dit hoofdstuk wordt verder toegelicht in de operationalisatie.

2.2.2. Framing contest

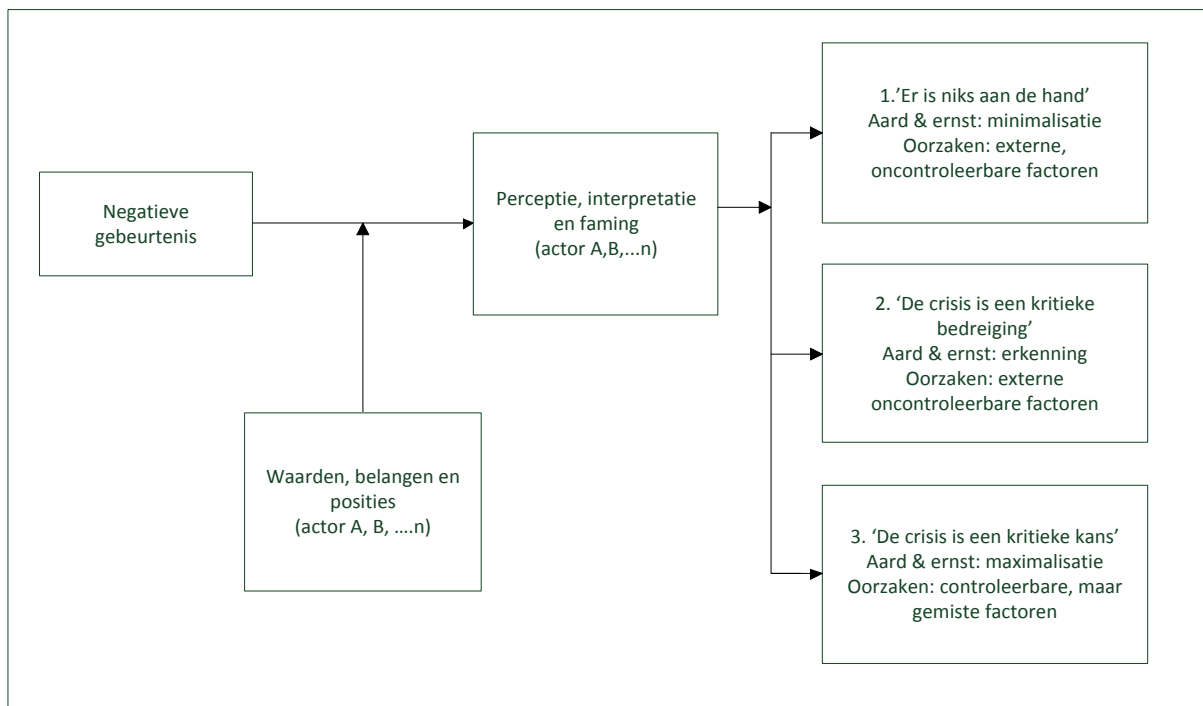
"If men define situations as real, they are real in their consequence." (William Isaac Thomas, 1928: in Boin et al., 2009)

Een crisis doorbreekt de normale gang van zaken en creëert ruimte om zaken opnieuw te definiëren, om nieuw beleid of hervormingen voor te stellen, populariteit te winnen of tegenstanders in diskrediet te brengen. Op deze manier kunnen crises worden gezien als een instrument (Boin, 't Hart & McConnel, 2009). Een crisis kan functioneren als instrument doordat niet de evenementen bepalend zijn, maar zoals gesteld in bovenstaand citaat de publieke perceptie en interpretatie van een situatie bepalend zijn (Boin et al., 2009).

't Hart en Tindall beschrijven hoe het gebruik van dit instrument kan worden begrepen aan de hand van framing contests (2009). Framing contests zijn concurrerende interpretaties van een situatie die spelers in het politieke speelveld gebruiken om de door de crisis gecreëerde ruimte voor politieke profilering en beleidsverandering naar hun hand te zetten ('t Hart & Tindall, 2009). Crises worden op basis van deze benadering gedefinieerd als: *“events or developments widely perceived by members of relevant communities to constitute urgent threats to core community values and structures.”* ('t Hart & Tindall, 2009).

Percepties van crises verschillen door de verschillende perspectieven van belanghebbenden als gevolg van hun verschillende waarden, posities en verantwoordelijkheden. De percepties en vorm van de crisis dragen bij aan hoe een crisis wordt ingezet als instrument. Afbeelding 3 biedt een weergave van de geconstrueerde aard van de crisis. Als actoren worden geconfronteerd met een gebeurtenis zoals een aardbeving, collectieve corruptie in een overheidsorganisatie of een schietpartij kunnen zij fundamenteel verschillende houdingen aannemen. Boin et al (2009) onderscheiden drie typen houdingen:

1. Het eerste frame gaat uit van 'er is niks aan de hand'. Er wordt ontkend dat de gebeurtenis meer is dan een ongelukkig incident. Dit frame bagatelliseert de situatie en stelt dat er geen beleidsverandering nodig is.
2. Het tweede type frame ziet de crisis als een bedreiging, als een bedreiging voor het algemeen belang. De status quo wordt bij dit frame verdedigd.
3. Het derde type frame ziet een crisis als een kans om falend beleid te verbeteren. Schuld wordt toegeschoven om zo steun te werven voor hervormingen.



AFBEELDING 3: ERNST EN OORZAKEN. DE EERSTE TWEE CRISIS FRAMING CONTEST (BOIN ET AL., 2009)

Bovenstaande typen frames ontstaan door het innemen van een standpunt in één of meerdere framing-contest.

't Hart en Tindall (2009) onderscheiden vier framing contests:

1. Aard en ernst
De eerste framing contest gaat over de significantie van een gebeurtenis. Is de situatie groot en slecht, of slecht maar niet heel groot, of heel groot maar niet heel slecht, of geen van allen? De ernst van de zaak bepaalt de prioriteit die aan een situatie toegedicht moet worden. Voorstanders van het eerste

type frame zullen de ernst van situatie minimaliseren. Type twee zal de crisis erkennen, terwijl type drie juist de ernst van de situatie zal maximaliseren. Het risico van type één en drie is dat ze kunnen worden beschuldigd als los geraakt van de realiteit of als leugens.

2. Oorzaken

Wanneer ontkennen niet langer een optie is, zal het debat verschuiven naar de framing contest over de oorzaken van de crisis. Bovens en 't Hart stellen to explain is to blame" ('t Hart & Tindall, 2009). Hiermee wordt het politieke lot van zittende politici en bestaand beleid bepaald. In termen van bovenstaand figuur wordt in het type twee frame de oorzaken gezocht in externe, onvoorspelbare en oncontroleerbare factoren. In tegenstelling tot type drie waarin wordt benadrukt dat oorzaken te overzien waren en te controleren maar dat dit niet is gelukt. De schuld wordt dan op iemand of iets toegeschoven.

3. Verantwoordelijkheid

In de derde framing contest staat centraal wie of wat schuldig is aan de oorzaak van de crisis. Spelers tegen de gevestigde orde, zoals de oppositie, vakbonden of de nieuwe lichter, moeten kijken of zij overtuigend de zittende ambtsdragers kunnen beschuldigen van de crisis. Als zij dit kunnen, dan moeten de zittende ambtsdragers kiezen of zij dit gaan verwerpen, afschuiven of gedeelde of gehele verantwoordelijkheid accepteren. Het afschuiven van de schuld gebeurt bijvoorbeeld wanneer er wordt gewezen naar externe factoren, zoals de markt of het falen op een lager niveau. Wanneer het lijkt alsof de crisis is ontstaan door verschillende, meervoudige oorzaken kan gebruik worden gemaakt van het 'vele handen' argument: meerdere actoren zijn schuldig. In tabel 2 is schematisch weergegeven welke conflicten worden veroorzaakt door een crisis op politiek terrein. Box twee uit het schema heeft de voorkeur voor het anti-establishment. Maar vaak is er geen sprake van een volledige acceptatie van de verantwoordelijkheid door de gevestigde orde ('t Hart & Tindall, 2009).

	Gespreide schuld	Gecentreerde schuld
Verantwoordelijkheid accepteren	I. Schuld minimalisatie: kans op behoud van goede reputatie voor elite	II. Schuld acceptatie: kans op reputatieschade voor elite
Verantwoordelijkheid ontkennen	III. Schuld mijding: kans op behoud van goede reputatie voor elite	IV. Schuld confrontatie: zowel kans op reputatieschade als op behoud van goede reputatie voor elite

TABEL 2: WIE KRIJGT DE SCHULD? DE DERDE FRAMING CONTEST (BOIN ET AL., 2009)

4. Maatregelen

De laatste framing contest heeft betrekking op de lessen die er uit de crisis getrokken kunnen worden. Toont de crisis aan dat het systeem in zijn geheel niet deugt of moet dit systeem even bijgesteld worden? De voornaamste struggle gaat tussen de status quo en op verandering gerichte spelers. Deze change agents moeten bepalen of ze verwachten dat de crisis de kans biedt om, door het gebruik van crisisretoriek, de onderliggende ideologie van bestaand beleid omver te werpen. Afhankelijk van de afweging van de verschillende spelers en de machtsverhoudingen tussen deze spelers, neemt de vierde framing contest verschillende vormen aan. Tabel 3 geeft de verschillende vormen weer:

	Nieuw beleidsparadigma	Beperkte hervormingen
Weerstand bieden aan hervormingen	I. Beleidsimpasse of paradigmaverandering	II. Beleidsimpasse of coalitie achter hervorming
Hervormingen accepteren	III. Retoriek en symbolen suggereren een nieuw paradigma <i>(In realiteit vaak beperktere, maar substantiële hervormingen)</i>	IV. onderhandelde hervormingen

TABEL 3: BELEID BEHOUDEN OF VERANDEREN: DE VIERDE FRAMING CONTEST (BOIN ET AL., 2009)

2.2.3. Samenvatting

Bij het sociaal-constructivistische perspectief gaat men uit van de perceptie dat eenduidige objectiviteit en realiteit niet bestaan. Er bestaan meerdere realiteiten naast elkaar door de verschillende ervaringen die individuen beleven en interpreteren. Er wordt verondersteld dat mensen van elkaar afwijkende perspectieven kunnen hebben op een gebeurtenis of fenomeen, waardoor er verschillende werkelijkheden bestaan. De theoretische stromingen framing en framing contests geven duiding aan de verschillende perspectieven in het onderzoek.

Framing is een theorie waar meerdere betekenissen op van toepassing zijn. In de paragraaf *Framing* zijn de betekenissen uiteengezet. Allereerst wordt de definitie van Rein en Schön behandeld. Met een frame bedoelen zij dat mensen een bepaalde blik hebben op basis van onze onderliggende structuren, geloof, percepties en waardering. Het frame dat iemand heeft bepaalt hoe hij of zij de wereld ziet en situaties interpreteert.

Framing wordt in de bestuurskunde vooral in verband gebracht met beleid. In de communicatiewetenschappen wordt framing echter vaak gezien als een retorische techniek en de sociologie ziet frames als sociale rolpatronen met verwachtingen en rituelen. Afgeleid uit het theoretisch kader, ziet dit onderzoek framing als meer dan taal. Zoals Gagestein omschrijft wordt framing gezien als mentale pakketjes waar gevoelens, waarden, woorden, beelden en ervaringen aan gekoppeld zijn. Een frame is een denkraam (of pakketje) dat zich manifesteert in taal en beeld. Een frame kan allerlei vormen aannemen. Het kan een analogie zijn, een vergelijking, een metafoor, een verhaal of eenvoudigweg een goed gekozen term of oneliner. De Bruijn omschrijft de verschillende elementen waar een frame aan moet voldoen.

Aan het eind van de paragraaf 2.2.1. worden de verschillende benaderingen van framing op een rijtje gezet. Het gaat om de cognitief-psychologische benadering, het politieke communicatie perspectief, het bestuurlijk-organisatorische perspectief, de historisch-bestuurlijke benadering en de cultureel-sociologische benadering.

De theorie van framing contests in crises wordt gebruikt om de verschillende frames te onderscheiden. Een crisis doorbreekt de normale gang van zaken en creëert ruimte om zaken opnieuw te definiëren, om nieuw beleid of hervormingen voor te stellen, populariteit te winnen of tegenstanders in diskrediet te brengen. In de literatuur worden vier verschillende framing contests onderscheiden:

1. De aard en ernst
2. Oorzaken
3. Verantwoordelijkheid
4. Maatregelen

2.3. Operationalisatie

Om tot een empirische studie te komen, moeten concepten meetbaar worden gemaakt. Dit moet uitmonden in indicatoren waarmee de concepten worden gemeten (De Vaus, 2001). In dit onderzoek worden de concepten geoperationaliseerd om in de analyse duiding te geven aan de resultaten. De concepten uit de theorie over framing en framing contest, worden achtereenvolgens geoperationaliseerd.

2.3.1. Framing

In dit onderzoek wordt de definitie van framing van Rein en Schön gehanteerd. In de operationalisatie is deze definitie verwerkt.

Zoals eerder vermeld, ziet dit onderzoek framing als meer gezien dan taal en beeld. Framing zal worden benaderd als mentale pakketjes waar gevoelens, waarden, woorden, beelden en ervaringen aan gekoppeld zijn. Een frame is een denkraam (of pakketje) dat zich manifesteert in taal en beeld. In de operationalisatie is verwerkt welke vormen een frame kan aannemen en wat de uiting is van een frame (framing devices). Daarnaast wordt behandeld wat Van Gorp ziet als de ingrediënten van een frame, oftewel de elementen die het verhaal vormen. Deze worden met name in combinatie met de theorie van de framing contests gebruikt. Te zien is dat Van Gorp dezelfde elementen ziet als de vier verschillende framing contest: aard en ernst, oorzaak, verantwoordelijkheid en oplossing voor de problematiek (maatregelen).

Begrip	Definitie	Waarden
Framing	Een manier van selecteren, organiseren, interpreteren en het zin geven aan een complexe realiteit om wegwijzers te geven voor kennis, analyse, overtuiging en handelen (Rein & Schön, 1993)	- De betekenis die een actor geeft aan de werkelijkheid
Frame	Een frame is een perspectief van waaruit een vormeloos, slecht gedefinieerde problematische situatie zingevend kan worden gemaakt waarnaar gehandeld kan worden (Rein & Schön, 1993)	- Blik/venster van waaruit een actor de werkelijkheid bekijkt
Framing device	Een frame is een denkraam (of pakketje) dat zich manifesteert in taal en beeld (Gagestein, 2012). Bepaalde woorden of beelden kunnen een uiting zijn van een bepaald frame.	- Woordgebruik - Formuleringen - Metaforen - Beeldmateriaal - Argumenten - Voorbeelden - Die alle naar het frame als omvattend idee verwijzen
Reasoning devices	De daadwerkelijke ingrediënten van het frame, die elementen die het verhaal vormen (Van Gorp, 2007).	- Definitie - Oorzaak - Verantwoordelijkheid - Oplossing voor de problematiek
Framebundel	Verzameling van framing devices (Van Gorp, 2007)	- Framing devices - Reasoning device
Doorbraak frame botsingen	Het overbruggen van frameverschillen (Rein & Schön, 1986)	- Partijen die elkaar kunnen en willen begrijpen kunnen argumenten uitwisselen, waardoor leereffecten mogelijk zijn - Als partijen elkaar niet kunnen naderen en begrijpen, zal er een radicale verandering optreden. Het gaat om halen van eigen gelijk
Reframen	Frames worden doorbroken. Het overgaan van het ene gestolde frame naar het andere frame door het vernieuwen, herstructureren of moderniseren van een frame. (Schön & Rein, 1994)	- Nieuwe concepten, interpretaties ideeën en overtuigingen. - Mensen gaan inzien waarom anderen anders denken, waardoor hun denken wordt beïnvloed. Daardoor veranderen ook de acties die worden ondernomen.

TABEL 4: OPERATIONALISATIE FRAMING

2.3.2. Framing contests

Er wordt gekeken in welke mate de vier framing contest van toepassing zijn op de gevonden beelden in het onderzoek. De laatste framing contest is voornamelijk bruikbaar om de dynamiek te beschrijven die ontstaat door strijd tussen verschillende frames. In tabel 5 worden de verschillende framing contests geoperationaliseerd.

(‘t Hart & Tindall, 2009)

Begrip	Definitie	Indicatoren
Framing contest	Framing-contests zijn concurrerende interpretaties van een situatie die door spelers in het politieke speelveld worden gebruikt om de door de crisis gecreëerde ruimte voor politieke profilering en beleidsverandering naar hun hand te zetten.	- Bestaan van verschillende percepties, interpretaties en frames bij crisis
Framing contest 1	Contest over de aard en ernst	- Ontkenning van de gebeurtenis of - Crisis als bedreiging of - Crisis als kans om falend beleid te verbeteren
Framing contest 2	Contest over de oorzaken	- Oorzaken liggen aan externe, onvoorspelbare en oncontroleerbare factoren - of - Oorzaken waren te overzien en te controleren
Framing contest 3	Contest over de verantwoordelijkheid	- gevestigde orde is verantwoordelijk of - Schuld bij externe factoren
Framing contest 4	Contest over de maatregelen	- Deugt het systeem in het geheel niet of - Moet het systeem worden bijgesteld

TABEL 5: OPERATIONALISATIE FRAMING CONTESTS

2.4. Toepasbaarheid theoretisch kader

In dit hoofdstuk is aan de ene kant theoretische informatie verzameld en daarnaast geeft het theoretische noties, een beschrijving en definitie van het fenomeen sociaal ondernemerschap. De definitie van Social Enterprise NL wordt gehanteerd in dit onderzoek. Deze definitie is gebaseerd op wetenschappelijk onderzoek en de definitie van de Europese Unie.

Sociale onderneming:

- Heeft primair een maatschappelijke missie:
 - impact first;
 - realiseert dat doel als zelfstandige onderneming die een dienst of product levert;
 - is financieel zelfvoorzienend, gebaseerd op handel of andere vormen van waarde-uitruil, en is dus beperkt afhankelijk of helemaal onafhankelijk van giften of subsidies.
- Is sociaal in de wijze waarop de onderneming wordt gevoerd:
 - het bedrijf is transparant.
 - winst mag, maar de financiële doelen staan ten dienste van de missie, en winstneming door de aandeelhouders is redelijk;

- bestuur en beleid zijn gebaseerd op evenwichtige zeggenschap van alle betrokkenen;
- het bedrijf is fair naar iedereen; het bedrijf is zich bewust van zijn ecologische voetafdruk.

De theoretische noties met betrekking tot sociaal ondernemerschap zijn bedoeld om de context beter te begrijpen en meer gevoel te krijgen voor de keerzijdes die mogelijk bestaan bij sociaal ondernemerschap. De noties dienen ter informatie en voor verdieping van keerzijdes die worden gegeven in de literatuur.

Uit deze verdieping blijkt dat de risico's die worden geschetst in de literatuur vaak afhankelijk zijn van de specifieke onderneming of deze keerzijdes zich ook daadwerkelijk zullen voortdoen. Daarnaast staan de beelden van andere actoren centraal. Om deze twee redenen worden de gegeven keerzijdes niet als zoeklicht gebruikt, maar wordt er gekeken naar de beelden van de specifieke actoren en ondernemingen.

Het tweede thema van dit hoofdstuk is de sociale constructie van de werkelijkheid. Dit thema met bijhorende theorieën geeft de kern van dit onderzoek weer. Deze theorie kan later gebruikt worden om te verklaren waarom er verschillende perspectieven worden gehanteerd. Echter zal het theoretisch kader niet als zoeklicht worden gebruikt, omdat er sprake is van inductief onderzoek. Hierover leest u meer in het hoofdstuk Methodologie en technieken. Het theoretisch kader beschrijft meerdere theoretische noties die allemaal betrekking hebben op de constructie van de sociale werkelijkheid. Achteraf wordt op basis van de beschreven theorie duiding gegeven aan de verschillende antwoorden die worden gegeven in de verschillende interviews en vragenlijsten. De theoretische noties kunnen helpen bij het duiden van de verschillende perspectieven. Er wordt gekeken welke verschillende frames er bestaan en wat het gevolg is van bestaande frames. Leiden de verschillende frames ook tot een framing contest? Daar gaan de laatste deelvraag en conclusie op in. Door de verschillende beelden van ambtenaren, (sociaal) ondernemers en burgers naast elkaar te zetten ontstaat er slechts een statische beschrijving van de kwaliteiten en keerzijdes. Dit onderzoek maakt de vertaalslag naar wat het gevolg is van het bestaan van verschillende beelden. Het gaat in op de dynamiek, oftewel de veranderingen of effecten die verschillende frames met zich meebrengen. Wat is het gevolg als deze frames bijvoorbeeld botsen? Om de dynamiek die door uiteenlopende beelden ontstaat te beschrijven, wordt de theorie over de framing contests gebruikt.

3. Methodologie en onderzoekstechnieken

3.1. Onderzoeksperspectief

In de theorie komt de *sociale constructie van de werkelijkheid* naar voren. Dit constructivistische perspectief van het onderzoek heeft invloed op de methode en technieken die worden gehanteerd. Binnen het sociaal constructivistische perspectief wordt niet gekeken of de verschijnselen binnen een van te voren geconstrueerd kader passen, maar laat men de verschijnselen voor zich spreken (Vorst, 2007).

Om wetenschappelijk onderzoek goed uit te voeren, zijn tal van strategieën, methoden en technieken beschikbaar. Bij sociaal-constructivistisch onderzoek passen methoden en technieken die erop gericht zijn onderzoeksmateriaal te verzamelen en te analyseren met als doel te kunnen begrijpen hoe mensen werkelijkheden produceren en in stand houden. De enige manier om hier zicht op te krijgen is om in de praktijk te gaan kijken wat er gebeurt. Hiervoor wordt de *grounded theory* toegepast. De grondleggers, Strauss en Glaser, gaan uit van een aanpak waarbij men niet een hypothese of theorie als vertrekpunt neemt, maar waarbij al explorerend een verschijnsel wordt onderzocht. De theorie uit het theoretisch kader wordt niet als zoeklicht gebruikt. In dit onderzoek wordt met een open houding gekeken naar het onderzoeksobject. De theorie wordt gebruikt om later duiding te geven aan de verschillende beelden die er bestaan. Er wordt gewerkt volgens *the specific to the more general* (Vorst, 2007). De belangrijkste kenmerken van de *grounded theory* zijn: een zoekende houding van de onderzoeker, het voortdurend onderling vergelijken van empirische gegevens en theoretische concepten en een zorgvuldige, consequente toepassing van procedures en technieken (Verschuren en Doorewaard, 2007). Een zoekende houding is vereist omdat een theorie of een theoretisch concept langzaam maar zeker tijdens het onderzoek ontstaat.

Daarnaast zijn er verschillende vergelijkingsmogelijkheden, hier wordt de inductieve vergelijking toegepast. In de werkelijkheid wordt een karakteristiek van een verschijnsel vastgesteld en vervolgens wordt theorie gebruikt om deze karakteristieken te verklaren (Verschuren en Doorewaard, 2007). Methoden die bij het sociaal-constructivistische perspectief passen zijn onder andere interviews, observatie en schriftelijke documenten (Vorst, 2007). Deze worden in het onderzoek toegepast. In dit hoofdstuk wordt uiteengezet welke methoden en technieken zijn gehanteerd bij het onderzoek en de gemaakte keuzes worden toegelicht. In de laatste paragraaf wordt besproken hoe de tweede deelvraag van de analyse wordt beantwoord.

3.2. Het steekproefkader

In dit onderzoek wordt gekeken naar de verschillende beelden rondom sociaal ondernemerschap en met name de verschillende visies op de kwaliteit en keerzijdes van verschillende sociale ondernemingen. Het onderzoek wil drie verschillende perspectieven inzichtelijk maken en de dynamiek door het bestaan van de verschillende perspectieven laten zien. De selectie van de onderzoekseenheden vindt plaats op basis van vier concrete ondernemingen waarover gesprekken zijn gevoerd met mensen die vanuit die invalshoeken kunnen kijken. Namelijk ambtenaren, (sociaal) ondernemers en burgers. Eerst worden de verschillende cases beschreven die zijn gebruikt en vervolgens wordt er ingegaan op de selectie van de onderzoekseenheden.

3.2.1. Selectie cases

In onderzoek waarbij de *grounded theory* wordt gebruikt kan het verstandig zijn om met twee (of meer) verschillende groepen casussen te werken. Sterke tegenstellingen tussen groepen kan de kwaliteit van het onderzoek sterk verbeteren. Het is wel belangrijk dat het proces van verzamelen van datamateriaal vergelijkbaar is. In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van de door Social Enterprise NL gevormde definitie

van sociale ondernemingen. Bij Social Enterprise NL zijn bijna 200 verschillende sociale ondernemingen aangesloten. Social Enterprise NL onderscheidt sociale ondernemingen op basis van hun doel. Dit kan zijn arbeidsparticipatie, systeemveranderaars, de gemeenschapontwikkeling en internationale ontwikkeling. Uit de verschillende ondernemersgroepen wordt een onderneming geselecteerd. Dit is om tegenstellingen aan te brengen. De voorbeeld sociale ondernemingen zijn bierbrouwerij De Prael, Buurtzorg Nederland, MyWheels en WakaWaka. De Prael is een bierbrouwerij die werk en dagbesteding biedt aan mensen een psychiatrische achtergrond. Zij bieden een doelgroep een plaats in de maatschappij. Buurtzorg is een thuiszorgonderneming. Met kleine teams wordt wijkverpleging en verzorging geboden. MyWheels streeft door het delen van auto's naar meer sociale cohesie en meer milieubewust rijden. Tenslotte is WakaWaka een onderneming die lampjes op zonne-energie verkopen om deze vervolgens een zelfde lampje aan te bieden aan Ontwikkelingslanden. Deze ondernemingen werken op verschillende domeinen, met verschillende sociale doelstellingen en verschillende verdienmodellen. In de bijlage is een uitgebreidere beschrijving van de ondernemingen te vinden.

Aan ambtenaren, ondernemers en burgers wordt een beschrijving van de vier ondernemingen voorgelegd om te kijken naar wat zij als kwaliteiten en keerzijdes zien van de voorbeeld sociale ondernemingen. De keuze van de onderzoekseenheden wordt gemotiveerd in paragraaf 3.2.2. en 3.2.3.

Het is mogelijk om de ondernemingen door heel Nederland te kennen. De Prael is wel gevestigd in Amsterdam, maar de bieren van De Prael worden door heel Nederland verkocht. Buurtzorg Nederland en MyWheels zijn in heel het land actief. WakaWaka is gericht op het buitenland en benaderbaar via het internet, dus het is ook mogelijk voor iedereen om deze onderneming te kennen.

De verschillende ondernemingen zijn zo feitelijk mogelijk beschreven. Er is gebruik gemaakt van de informatie op de website van de ondernemingen zelf. De informatie is zo objectief mogelijk opgeschreven door alle subjectieve informatie weg te laten. Waar De Prael de dagbesteding zinvol noemt, is er hier bijvoorbeeld gekozen om te vertellen dat De Prael dagbesteding aanbiedt. De beschrijvingen zijn opgenomen in de bijlage.

3.2.2. Onderzoekseenheden

Over bovenstaande ondernemingen is gesproken met ambtenaren, (sociaal) ondernemers en burgers. Deze groepen kunnen worden verdeeld tussen mensen die betrokken zijn bij het concept sociaal ondernemerschap en mensen die daar niet bij betrokken zijn. Er zijn interviews gehouden met betrokken actoren en er is een vragenlijst voorgelegd aan niet betrokken actoren. Een ambtenaar die zich dagelijks bezighoudt met de implementatie van beleid rondom sociaal ondernemerschap is door zijn functie betrokken bij sociaal ondernemerschap. Ook zijn er burgers geïnterviewd die bekend zijn met het concept sociaal ondernemerschap, bijvoorbeeld doordat zij gebruik maken van producten of diensten van sociale ondernemingen. Hier kan worden gedacht aan de vader van een gehandicapte zoon of een betrokkene bij Leeszaal Rotterdam-West. Daarnaast wordt gekeken naar de visie van reguliere ondernemers, ambtenaren en burgers. Beeldvorming draait om percepties van mensen, van zowel betrokken als niet-betrokken actoren.

Er wordt gestreefd naar het uiteenzetten van verschillende beelden, daarom worden zo gedifferentieerd mogelijke onderzoekseenheden geselecteerd. Differentiatie vindt plaats op basis van locatie, organisatie, functie en leeftijd.

De geselecteerde ambtenaren werken op gemeentelijk niveau. Dit omdat sociale ondernemingen voornamelijk lokaal actief zijn. Er zijn zowel uitvoerende als beleidsvormende ambtenaren geselecteerd en er is gesproken met een bestuursambtenaar. De geselecteerde burgers hebben verschillende achtergronden en opleidingsniveaus en zijn allemaal op verschillende manieren met sociaal ondernemerschap in aanraking gekomen. Er zijn ondernemers geselecteerd die niet zijn aangesloten bij Social Enterprise NL, zodat zij zo openlijk mogelijk kunnen spreken. Daarnaast zijn er ondernemers geïnterviewd die de publiciteit niet opzoeken. Dit is gedaan, zodat ook die verhalen worden begrepen en kunnen worden meegenomen. Er zijn

verschillende sociale ondernemingen gekozen. In totaal zijn er vijftien interviews afgenomen en hebben 36 mensen de vragenlijst ingevuld, beiden evenredig verdeeld per groep.

Het is niet de bedoeling om de gevonden perspectieven te generaliseren voor alle drie de groepen. Het gaat om meer inzicht in mogelijke verschillende beelden vanuit de verschillende perspectieven

3.2.3. Selectie van actoren

De selectie van de verschillende actoren is tot stand gekomen na het bijwonen van meerdere bijeenkomsten rondom sociaal ondernemerschap waar onder andere ondernemers, ambtenaren en andere betrokkenen bij aanwezig waren. Hierdoor werd kennis gemaakt met de verschillende actoren. Door de zogenoemde snowball sample zijn er ook andere betrokken actoren geselecteerd. Dit houdt in dat via de eerste persoon ook kennis werd gemaakt met andere relevante personen op het gebied van sociaal ondernemerschap (Thiel, 2007). Zo volgde uit een interview met een sociaal ondernemer een uitnodiging om samen een bijeenkomst bij te wonen over decentralisaties en nieuwe zorgaanbieders. Hierdoor kon er kennis worden gemaakt met nieuwe mensen uit de doelgroep van dit onderzoek.

De bovenstaande selectie zorgt voor een gedifferentieerd geheel aan betrokken actoren. Hierdoor is het mogelijk om veel verschillende beelden naast elkaar te zetten. Naast de interviews met verschillende actoren, wordt ook op andere manieren kennis verkregen. Observaties bij bijeenkomsten, vragenlijsten en deskresearch zorgen voor een completer beeld.

3.3. Methoden

3.3.1. Interviews en vragenlijst

Beeldvorming draait om de percepties van mensen. Deze percepties zijn het beste te verkrijgen via de mensen zelf. Interviews worden vooral gebruikt om niet-feitelijke informatie te verkrijgen, zoals meningen, relaties en percepties (Thiel, 2007). Daarom wordt het grootste deel van de informatie verkregen via interviews. Er worden interviews gehouden met betrokken ambtenaren, betrokken burgers en sociaal ondernemers. Daarnaast worden er vragenlijsten voorgelegd aan de niet betrokken groepen. De interviews worden opgezet aan de hand van vier verschillende ondernemingen. De interviews en vragenlijst zijn open van aard. Het open interview is vooral geschikt voor verkennend en inductief onderzoek, het zijn diepte-gesprekken (Thiel, 2007). Zo wordt de meeste informatie over de percepties verkregen. Er wordt een gesprek aangegaan met de verschillende groepen over de kwaliteiten en de keerzijdes van de specifieke ondernemingen. De vragenlijsten zijn op dezelfde manier ingericht. Bij de interviews wordt gevraagd in welke mate en op welke manier de ondernemingen bekend zijn bij de respondenten. Dit telt ook voor de vragenlijsten. Uit het theoretisch kader blijkt dat niet alleen de nadruk moet worden gelegd op de bekende publiciteitstreckende succesverhalen. Aan de ene kant worden deze ondernemingen die bij Social Enterprise NL zijn aangesloten wel geselecteerd als cases die worden voorgelegd, maar aan de andere kant wordt er ook gesproken met verschillende ondernemers die de publiciteit niet opzoeken. Hiermee wordt gepoogd om ook dat verhaal te kennen. Het gaat bij de interviews dan ook niet alleen over hoe zij de kwaliteiten en keerzijdes zien, maar ook wat zij zelf vertellen over hun eigen onderneming.

3.3.2. Observaties

In dit onderzoek zijn observaties meegenomen van verschillende soorten bijeenkomsten. Door deel te nemen aan bijeenkomsten en vergaderingen over sociaal ondernemerschap wordt meer informatie verkregen over de verhoudingen tussen ambtenaren, ondernemers en burgers. Bij de interviews is er sprake van een-op-een-gesprekken, terwijl bij de bijeenkomsten interactie te zien is tussen de verschillende doelgroepen. De informatie die is verkregen uit de deelname aan bijeenkomsten en vergaderingen kan gaan over specifieke

ondernemingen, maar ook over de relatie tussen de actoren. Deze contextuele informatie wordt gebruikt bij de analyse en interpretatie van de verkregen informatie.

3.3.3. Inhoudsanalyse

Hierbij gaat het om het interpreteren van de inhoud van documenten (Thiel, 2007). Binnen het onderzoek is ook bestaand schriftelijk materiaal onderzocht, waaruit de percepties van de verschillende groepen zijn af te leiden. In dit geval gaat het om subjectieve bronnen, omdat het onderzoek gaat om de beeldvorming. Zoals krantenartikelen waar meningen in naar voren komen of interviews op websites over sociaal ondernemerschap.

3.4. Analysestrategie

“De onderzoeker laat de verschijnselen op zich inwerken, leert het perspectief van de betrokken actoren kennen en verwerkt en systematiseert dit voorzichtig in termen van open, tentatieve, attenderende begrippen ‘sensitizing concepts’.” (Ten Have 1999; Vorst, 2007). Bij deze richtinggevende concepten wordt de betekenis aan het begin van het onderzoek zo open mogelijk gehouden. In de loop van het onderzoek wordt er steeds een specifiekere betekenis toegekend. De concrete onderzoeksactiviteiten die bij de eerste fase horen zijn het maken van aantekeningen van de waargenomen verschijnselen en het tentatief formuleren van begrippen die de beschreven verschijnselen kunnen duiden. Strauss en Corbin (1998) noemen dit open coding. Hier worden gegevens met elkaar vergeleken en worden er codes toegekend aan woorden of stukken tekst.

Vervolgens worden de concepten vergeleken en verrijkt met nieuwe of meer specifieke betekenisinhouden. Strauss en Corbin (1998) spreken in dit verband van axial coding, een proces waarin de verschillende concepten met elkaar in verband worden gebracht. Onder andere worden hier de condities en context beschreven.

De veelheid van beschreven verschijnselen en ontwikkelde begrippen en trefwoorden wordt teruggebracht tot een kernachtige omschrijving van de ontwikkelde theorie. Dit gebeurt door de kernbegrippen vast te stellen en de essentie van de samenhangen tussen de kernbegrippen en aanverwante verschijnselen in een betooglijn te formuleren. Dit wordt selective coding genoemd, het vaststellen van een core category door de redenering achter de samenhang van verschijnselen aan te geven (Strauss & Corbin, 1998).

3.5. Betrouwbaarheid en validiteit

In dit onderzoek staat de subjectiviteit van de actoren centraal, het is belangrijk dat deze percepties goed worden begrepen, geïnterpreteerd en verwoord. De betrouwbaarheid van onderzoek wordt bepaald door de nauwkeurigheid en consistentie waarmee variabelen worden gemeten. Consistentie heeft betrekking op het principe van herhaalbaarheid: onder dezelfde omstandigheden zal dezelfde meting leiden tot dezelfde bevindingen (Van Thiel, 2007). In dit onderzoek gaat het er niet om dat de metingen leiden tot dezelfde bevindingen, maar wel dat de metingen hetzelfde zijn. Er wordt een open houding gehanteerd in de situaties en deze worden niet beïnvloed met kennis die bijvoorbeeld door eerdere interviews is opgedaan. De houding blijft open en er wordt niet gestuurd naar aanleiding van nieuwe informatie.

Binnen de grounded theory is de onbevangenheid van de onderzoeker een kritische succesfactor. In de lijn van het sociaal constructivistisch perspectief is een onderzoek nooit helemaal onbevangen en waarde vrij. In dit onderzoek gaat het niet om de mening of overtuiging van de onderzoeker, maar om de verschillende beelden van ondernemers, ambtenaren en burgers op sociale ondernemingen. De onderzoeker wordt geen onderdeel van het debat over sociaal ondernemerschap. Tijdens de interviews zijn de ervaringen en opvattingen van de onderzoeker achterwege gelaten. De interviews zijn allemaal uitgewerkt om later beter naar bepaalde lijnen te

kunnen kijken. Bij de geïnterviewde personen en de respondenten van de vragenlijst is anonimiteit geboden, om waarheidsgetrouwe antwoorden te krijgen en om te voorkomen dat zij sociaal wenselijke antwoorden geven.

Om frames te begrijpen is de context van belang. In het theoretisch kader is daarom vrij uitgebreid ingegaan op de sociale constructie van de werkelijkheid en het sociaal ondernemerschap. De theoretische noties bij de keerzijdes van sociaal ondernemerschap bijvoorbeeld zijn niet gebruikt als zoeklicht, maar voor een breder begrip van de context.

Validiteit kent twee varianten: interne en externe validiteit (Van Thiel, 2007).

- Interne validiteit betreft de geldigheid van het onderzoek: heeft de onderzoeker echt gemeten wat hij wilde meten?
Het gaat in dit onderzoek niet om alle beelden op sociaal ondernemerschap te onderscheiden, maar om te laten zien dat er verschillende beelden bestaan. Dit is bereikt door grote en zeer gemêleerde, maar toch nog onderzoekbare, groep van bijna vijftig personen te vragen naar de visies.
- De externe validiteit betreft de generaliseerbaarheid van onderzoek: gelden de gevonden resultaten ook voor andere personen, instituties, tijden en plaatsen?
In dit onderzoek draait het om verschillende beelden die kunnen bestaan van een aantal sociale ondernemingen. De verschillende beelden worden gekoppeld aan theorie, maar zullen niet worden gegeneraliseerd voor alle sociale ondernemingen, dat zijn er teveel en de ondernemingen zijn te specifiek. Wel wordt er meer algemeen gekeken naar de verschillende perspectieven op de ondernemingen en welke conclusies daaruit kunnen worden getrokken.

Om de aantasting van de betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek tegen te gaan is er gebruik gemaakt van triangulatie, oftewel een driehoeksmeting (Van Thiel, 2007). Triangulatie is toegepast in de informatiebronnen: mensen, documenten en observaties. Zoals beschreven in paragraaf 3.2.2. hebben de mensen vervolgens allemaal verschillende relaties met sociaal ondernemerschap en sociale ondernemingen. Om zoveel mogelijk verschillende beelden in kaart te brengen, zijn zo verschillend mogelijke mensen/functies geselecteerd als respondenten. Daarnaast is er sprake van triangulatie in de methoden/technieken: interviews, inhoudsanalyse en observatie.

In de beantwoording van de deelvragen zullen citaten worden opgenomen die voortkomen uit de interviews en vragenlijsten. Deze zullen anoniem zijn, de vragenlijsten zijn ook anoniem ingevuld. Wel zal er waar nodig een functie bij worden gemeld. Deze citaten worden door de tekst heen gebruikt, om te laten zien wat voor taal en woorden men heeft gebruikt. Om zo te laten zien waar de frames van zijn afgeleid.

3.6. Beantwoording tweede deelvraag

Deze paragraaf geeft een uitleg over de algemene beantwoording van de tweede deelvraag rondom de vier specifieke ondernemingen in het deel *Analyse*. Aan de hand van vier hoofdstukken wordt de tweede deelvraag beantwoord. De structuur van de vier hoofdstukken wordt hieronder besproken.

Eerst wordt er per invalshoek besproken wat ambtenaren, (sociaal) ondernemers en burgers als de kwaliteiten en keerzijdes van de sociale onderneming beschouwen. Vervolgens worden deze visies vergeleken aan de hand van de theorie die is uitgewerkt in het theoretisch kader. De koppeling tussen deze twee onderdelen wordt gemaakt door het toepassen van de framing- en framing contest theorie. Bepaalde woorden of beelden kunnen een uiting zijn van een bepaald frame, de zogenoemde framing devices. Deze framing devices verwijzen naar een bepaald frame met een omvattend idee. Dit kan zijn in de vorm van woordgebruik, formuleringen, metaforen, beeldmateriaal, argumenten en voorbeelden. In het eerste beschrijvende gedeelte van de hoofdstukken zijn indirect de framing devices opgenomen, zoals metaforen, voorbeelden en

argumenten die werden gebruikt door ambtenaren, ondernemers en burgers. Hierbij wordt niet specifiek aangegeven om welke vorm van framing device het gaat. In de analyse zal duidelijk worden van welke frames deze framing devices een uiting zijn. Daarnaast gaat het theoretisch kader in op framing contests. In een framing contest gaat het over concurrerende interpretaties van een situatie die door actoren worden gebruikt om de door de crisis gecreëerde ruimte naar hun hand te zetten. Hieronder zal blijken dat niet bij alle sociale ondernemingen sprake is van een volledige framing contest. In dat geval worden de frames los met elkaar vergeleken. Bij De Prael bijvoorbeeld bestaan er wel degelijk verschillende frames, maar deze worden niet gebruikt in een framing contest.

De tweede deelvraag, verdeeld over de hoofdstukken vier, vijf, zes en zeven, wordt beantwoord op bovenstaande manier.

Deel II

Analyse

4. Beelden rondom sociale onderneming De Prael

Welke beelden hebben ambtenaren, (sociaal) ondernemers en burgers van de kwaliteiten en keerzijdes van sociale onderneming De Prael en hoe verhouden die zich tot elkaar?

Fer Kok en Arno Kooy waren amateurbrouwers én werkten in de geestelijke gezondheidszorg. In 2001 kwamen zij op het idee om vanuit de geestelijke gezondheidszorg mensen een plek te bieden met stoer en eerlijk werk: een bierbrouwerij. In Amsterdam startten zij met ongeveer twintig vrijwilligers Brouwerij De Prael. Het bleek een gouden greep. Bij de bierbrouwerij en het bijhorende proeflokaal werken nu zo'n honderd mensen met een psychiatrische achtergrond. De werkzaamheden variëren van graan malen, afvullen en etiketteren tot horecamedewerker in het proeflokaal en rondleider. Werken bij De Prael is een dagbesteding en kan een opstap zijn naar andere functies in met name de horeca. De meeste medewerkers werken parttime. Medewerkers kunnen werken als dagbesteding, als traject of als betaalde arbeid. De leiding binnen de Prael richt zich allereerst op de normale bedrijfsuitvoering: samen de klus klaren. Met alle op maat gekozen functies moeten de medewerkers op elkaar kunnen bouwen. De Prael heeft een mix aan commerciële en sociale doelstellingen. (De Prael, 2014).

“Ik heb de vragen bekeken. Ik heb hier helemaal niets mee, met andere woorden: hier wordt in veel gevallen het sociale gevoel marketingtechnisch dan wel kostentechnisch misbruikt”.

Deze reactie gaf een gemeenteambtenaar op de vragenlijst over sociaal ondernemerschap en de sociale ondernemingen. Andere respondenten gaven aan dat zij het juist leuk vonden om stil te staan bij en na te denken over de specifieke sociale ondernemingen en sociaal ondernemerschap. Uit de uiteenlopende reacties op zowel de vragenlijst als op de interviews blijkt dat er verschillende beelden bestaan. Het zijn de beelden van onder andere een wethouder van onderwijs, integraal jeugdbeleid, welzijn, sociale zaken en zorg, een ondernemer met een dagbesteding voor gehandicapten en een vader van een gehandicapte zoon. Allemaal betrokken bij sociaal ondernemerschap. Daarnaast is de vragenlijst ingevuld door verschillende ambtenaren, zoals een medewerker bij financiën bij het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties en een beleidsmedewerker bij een gemeente. De vragenlijst is in totaal door ruim dertig respondenten ingevuld die niet bij sociaal ondernemerschap betrokken zijn. In alle hoofdstukken van de tweede deelvraag zijn citaten opgenomen uit de interviews en vragenlijsten. De citaten zijn anoniem al staat er soms een functie bij vermeld.

4.1. Beelden van ambtenaren

4.1.1. Kwaliteiten

“Dit is dagbesteding die uitgaat van echt werk, niet dat mensen aan het begin van de lijn de doosjes in elkaar zetten en aan het eind van de lijn weer uit elkaar halen. Het is een zinvolle dagbesteding, daardoor voelen mensen zich beter.”

De Prael wordt positief ontvangen en vaak omschreven als een mooi initiatief. Een belangrijk punt is dat het bij De Prael eens een keer niet over de beperking van de medewerkers gaat, maar dat ze serieus worden genomen

in wat ze kunnen. De medewerkers maken ook deel uit van een team en leren om te gaan met verantwoordelijkheid. *“Ga niet in op de beperkingen, maar richt je op de mogelijkheden”*, is een veel genoemd argument voor kwaliteit.

Uit een gesprek bij de Sociale Werkplaats bleek dat ondernemingen als De Prael vaak moeilijkheden ondervinden bij het vinden van mensen die geschikt zijn om bij hen aan het werk te gaan. Deze mensen moeten namelijk wel specifieke werkzaamheden kunnen verrichten, zoals het geven van rondleidingen of in de bediening werken. Het mag niet voorkomen dat de medewerkers niet om kunnen gaan met kritiek en bijvoorbeeld een gast willen slaan op het moment dat die een negatieve opmerking maakt. Het wordt mooi gevonden als een onderneming laagdrempelig is en veel mensen de kans biedt om zichzelf te ontwikkelen. Vaak is er een discrepantie tussen het profiel dat ondernemingen als De Prael zoeken en welke mensen dat aankunnen. Bij De Prael lijken ze de doelgroep te pakken die zich echt kan ontwikkelen, dat is goed.

Uit de gesprekken komt naar voren:

Dat het belangrijk is dat de ondernemingen op een gezonde manier draaien, dat ze het zakelijk sluitend krijgen. Er blijkt geen geloof in ondernemingen die speciaal zijn opgezet voor mensen die behoren tot de doelgroep en die echt dagbesteding wordt geboden. Dan zit je in de hoek van WMO, welzijn of zorg, zeggen de respondenten. Daar is niets mis mee, maar daarvan moet je niet de illusie hebben dat het een onderneming is.

Op dat moment is het een collectief gefinancierde instelling. Het idee van de Participatiewet is juist dat mensen met een arbeidsbeperking deelnemen in reguliere ondernemingen. De medewerkers moeten dan gewoon de arbeidsproductiviteit waarmaken voor het gedeelte waar ze voor worden ingezet. Voor het gedeelte dat ze niet kunnen worden ingezet biedt de overheid steun, dan komt er geld bij.

Als de onderneming voornamelijk is gebaseerd op de doelgroep, dan stel je je erg afhankelijk op van wat het rijk biedt aan subsidiemogelijkheden, of mooier geframed: stimuleringsmaatregelen. Als deze plotseling aangepast worden, dan is het van de ene op de andere dag afgelopen met de onderneming, zoals in het verleden bijvoorbeeld bij de Melkertbanen is gebeurd. Je moet eerst een goed bedrijfsconcept hebben en dan kijken of je die mensen die tot die doelgroep behoren daar een rol in kan geven. Dat kan goed en daar lijkt De Prael een goed voorbeeld van. Het een ideële doelstelling, het combineren van de commerciële uitnutting en de sociale beleving.

“Personeel zien zij als het grootste kapitaal, die HRM gedachte is mooi. Door die mensen centraal te zetten, zien zij winst.”

De Prael wordt gezien als een mooie, kleinschalige onderneming, waarbij gemeentes blij moeten zijn als dit soort initiatieven zich in de gemeente voordoen. Een belangrijk argument hiervoor is dat het alternatief namelijk is dat een gemeente zelf iets duurs gaat organiseren, terwijl de maatschappij het bieden van een dagbesteding aan verstandelijk gehandicapten of mensen met een psychiatrische achtergrond zelf voor een groot deel al organiseert. En dat vaak ook nog met een groot maatschappelijk draagvlak. Veel vrijwilligers vinden het leuk om mee te draaien met dit soort projecten. In de gemeente Ulvenhout bijvoorbeeld zit een lunchroom waar jongeren met een beperking werken, De Uitdaging. Hier is ook te zien dat er een groot netwerk aan vrijwilligers meedraait. De vrouwelijke vrijwilligers uit het dorp zien de jongeren met een beperking waar zij mee werken ook echt als hun jongeren. *“Als gemeente zou ik zeggen dat je hier dus blij mee moet zijn, maar de ene gemeente is de andere niet.”*

“Juich die maatschappelijke dynamiek toe. Daar werken is goed voor de werknemers. Voor iedereen is er dan een plek en zingeving in de maatschappij.”

4.1.2. Keerzijdes

Volgens verschillende ambtenaren brengen kwaliteiten ook keerzijdes mee. Een argument hiervoor is dat door dagbesteding te verbinden aan een onderneming, er een spanningsveld ontstaat tussen het maatschappelijke belang en de financiën. Het betreft hier een initiatief dat gericht is op de bedrijfsvoering met het motto 'samen de klus klaren'. Waar is het ontwikkelingselement voor de psychiatrische patiënten?, vroegen de ambtenaren zich af.

Aan de ene kant is het goed dat de medewerkers serieus worden genomen en nemen hun ontwikkelingskansen toe door mee te draaien in een onderneming. Aan de andere kant kan dit tegenstrijdig zijn met de bedrijfsvoering. In het geval van De Prael, wordt een aantal keer opgemerkt, loopt het element van de bedrijfsvoering en zorg in elkaar over. De bedrijfsvoering moet op dat moment geen prioriteit zijn. Nadeel is dat niemand die balans in de gaten houdt. Niemand let erop of de belangen tegenstrijdig zijn.

Veel ambtenaren kunnen zich iets voorstellen bij het soort onderneming en hebben het in de argumenten ook veel over initiatieven in het algemeen. Bijvoorbeeld stellen zij zich de vraag: Wie is er financieel verantwoordelijk als dit soort ondernemingen verlies lijden? De vraag is in hoeverre de maatschappij bereid is om de onderneming kostendekkend te laten opereren. Of zorgt de ondernemer er zelf voor en draait deze op voor de kosten? Of lijden medewerkers eronder en wordt een aantal medewerkers ontslagen? Als bijvoorbeeld het systeem van de persoonsgebonden budgetten verandert, hoe wordt het bedrijf dan ingericht? Worden dan de dertig huidige medewerkers ontslagen en komen er dan 'volle' arbeidskrachten voor in de plaats om de brouwerij draaiend te houden? Of moet de overheid de onderneming dan steunen? Het gaat om de kwetsbaarheid van het systeem en het gevolg van het instorten van dat systeem. *"Is dit bedrijf ook commercieel genoeg bij het dichtdraaien van de subsidiekraan en kan men zichzelf bedruipen door rendement te generen uit commerciële activiteiten?"* Hier ontstaat een spanningsveld. Daarnaast zijn de medewerkers altijd aangewezen op andere inkomsten, met behoud van hun uitkering. Hoe goed de medewerkers het ook doen, ze kunnen niet hun eigen inkomen verwerven uit het werk dat zij verrichten.

Ook als het gaat om de kwaliteit zijn er ook kritische noten: *"Hoe warmer het bad, hoe moeilijker de doorstroom"*. Het Stadswachtproject in Roosendaal wordt als voorbeeld genoemd. Binnen deze organisatie kwamen mensen werken met een afstand tot de arbeidsmarkt. Het was een prachtig initiatief, ook voor de deelnemers. Bij het Stadswachtproject hadden de medewerkers bijvoorbeeld altijd prettige werktijden en als stadswacht liepen ze lekker door de stad. Ondanks dat deze baan een laag salaris opleverde, verkozen de medewerkers dit boven werken bij een regulier beveiligingsbedrijf, waarbij ze onregelmatige werktijden hebben en ergens op een afgelegen bedrijventerrein zitten. Mensen willen dan niet weg bij een werkgever. Het bad moet daarom niet te warm zijn, er moet een drive zijn om door te stromen. Het gaat om het doel dat je hebt. Is het doel sociale activering, dan verdien je als maatschappij heel veel. Mensen zijn echt blijer als ze aan het werk zijn en ritme hebben. Als dat het einddoel is, dan doe je het goed. Is het einddoel echter doorstroom, dan moet je het verwachtingspatroon van de medewerkers goed managen. Bijvoorbeeld bij De Prael gaat het namelijk om doorstroom naar de horeca, maar dit is een zware bedrijfstak waar veel van mensen wordt gevraagd. De doorstroom naar een reguliere arbeidsplaats is soms ook niet mogelijk.

4.2. Beelden van ondernemers

4.2.1. Kwaliteiten

"Samen een product maken waar je anderen mensen direct en indirect blij mee maakt."

De ondernemers die ingaan op de kwaliteiten van de onderneming De Prael, hebben het met name over wat dit bedrijf betekent voor de medewerkers. De patiënt staat in de antwoorden centraal. Dit wordt ook gekoppeld aan het eindproduct. Doordat de medewerkers met een product bezig zijn en een eindproduct zien,

weten ze waar ze het voor doen. Dit geeft de medewerkers een gevoel van trots. *“Of het nou een brouwerij, fietsenmaker of de VOC schipmakerij Batavia betreft, maakt in feite niet uit. Het is belangrijk voor de medewerkers dat ze een eindproduct zien, zien dat ze ergens mee bezig zijn. Dit geeft uiteindelijk een gevoel van trots.”* Een belangrijke kwaliteit die ondernemers zien is het teamwerk, dat medewerkers met een beperking samen de klus klaren. De medewerkers zijn onderdeel van een organisatie en voelen zich serieus genomen doordat ze verantwoordelijkheid krijgen over een eigen taak. Het helpt daarbij dat er niet wordt ingegaan op de handicap. Het zorgt voor een goede en veilige omgeving waar mensen gewaardeerd worden, ook met een handicap. Dit soort zinvolle werkvoorziening wordt door de ondernemers gezien als beter dan sommige andere soorten van bezigheidstherapie. Het gaat ook om verschillende mogelijke taken. Afwisseling is mogelijk en eentonig werk is niet nodig.

Volgens een ondernemer, toevallig hobbybrouwer, is het brouwen van bier is nog best een ingewikkeld proces, vergeleken met bijvoorbeeld kasten in elkaar timmeren. Je hebt voor het brouwen van bier wel kundige brouwers nodig. Meerdere ondernemers geven dan ook aan dat het goed bier moet zijn, anders verkoopt het niet. Het bier staat dan ook op nummer één. Zo kan de werkplek blijven bestaan. De begeleiding voor de medewerkers moet er wel zijn, want als je allerlei mensen met psychische problemen bij elkaar zet dan moet je kundig zijn. Wel wordt er door de ondervraagde ondernemers vaak getwijfeld aan de balans tussen de commerciële doeleinden en de werkvoorziening.

4.2.2. Keerzijdes

Een ondernemer geeft aan dat als het product voorop staat, het moeilijk is om een goede balans te vinden met de zorg van de cliënt. De Prael is ook een dagbesteding of werkvoorziening met druk. Soms is het beter om werkvoorziening te bieden zonder dat er iets af hoeft te zijn (zonder druk). Met de dagbesteding die geïnterviewde biedt ondervinden de medewerkers geen druk, maar verrichten de medewerkers wel taken waar zij eigenwaarde aan ontleen, het is niet productie gericht. Daarom heeft de betreffende ondernemer bij de dagbesteding ook bewust niet gekozen voor een brasserie. Zij heeft zelf jaren bij de grote zorginstelling Amarant gewerkt en daar bij de brasserie het effect gezien van druk op de medewerkers met een beperking. Als er teveel stress was, stonden de medewerkers in een hoekje van de keuken. De begeleiding moest dan de taken overnemen. Er zijn dan teveel prikkels, waardoor de medewerkers het werk niet aankunnen. En dan is de aandacht voor de cliënt weg, want de begeleider moet zich ontfemen over de brasserie. De druk wordt nog groter als er aan de dagbesteding ook geld verdienen moet worden.

Onderstaand stuk gaat over werkbesteding voor gehandicapten en maakt de percepties van een paar ondernemers op dagbesteding en geld verdienen duidelijk:

Op 31 juli 2014 verschijnt het artikel *Geserveerd worden door downies bij Downey's* over het succes van horecazaken met medewerkers met het syndroom van Down. Dit soort ondernemingen schieten als paddenstoelen uit de grond. Volgens Horecagids lens.nl zijn er zo'n 40 horecazaken met mensen met het Syndroom van Down in dienst. Vijf jaar geleden bestond er nog maar een handvol aan dit soort initiatieven. Annerieke Nieuwenhuis vertelt in het artikel over de motivatie van haar ouders om Downey's op te zetten en over de financiële kant van de zaak. Haar ouders begonnen Downey's omdat ze een zinvolle dagbesteding zochten voor hun verstandelijk gehandicapte zoon. De twaalf medewerkers in de lunchroom worden niet door de ondernemers betaald, maar krijgen een Wajong-uitkering. Downey's krijgt nog extra inkomsten binnen van de persoonsgebonden budgets van de medewerkers voor de dagbesteding. Dit geld gaat naar opleiding en begeleiding. Nieuwenhuis stelt hierbij *“veel geld verdienen we niet. Maar dat is geen punt. Als we onze leningen maar af kunnen betalen.”* (Van der Werf, 2014). Andere ondernemers zeggen echter wel een goede boterham te verdienen aan lunchrooms met verstandelijk gehandicapte medewerkers. Bijvoorbeeld Brownies&Downies, dat al twaalf filialen telt in Brabant en Limburg. De ondernemers zijn vastbesloten om landelijk te gaan. Het doel voor hen is niet om miljonair te worden, maar om met de fantastische mensen te werken. Een bijzaak voor hen is dat ze daarmee 120.000 tot 150.000 euro omzet per jaar per vestiging draaien. De medewerkers

worden betaald met overheidsgeld. Daar willen ze dan ook niet aankomen. Wel is het belangrijk dat de 'downies' een handje worden geholpen als het druk is, ze willen namelijk wel dat iedereen binnen een uur gegeten heeft. Anders komen de klanten niet terug: *"Zo zakelijk zijn we dan wel weer."* (Van der Werf, 2014).

Een andere ondernemer krijgt de bibbers als hij bovenstaande hoort: *"Als je zo'n onderneming grootschalig aanpakt, gaat dat ten koste van de aandacht voor de gehandicapten. Dat is verschrikkelijk."* (Van der Werf, 2014).

Mensen met een achterstand, het syndroom van Down of een psychiatrische stoornis, kunnen soms de druk niet aan, wat hen het gevoel geeft dat ze falen. Dit ontstaat als ze in een reguliere organisatie werken. Volgens een geïnterviewde zijn succesverhalen gebaseerd op één of twee successen, maar worden andere medewerkers vaak juist overprikkeld, waardoor ze terugzakken.

Een horeca onderneming lijkt een goede en veilige omgeving te bieden, maar verschillende ondernemers vragen zich af of de medewerkers hiermee wel worden voorbereid op de toekomst. De horeca ondernemers gaan niet in op de beperking, maar er is een heel grote kans dat bij een latere baan wel ingegaan wordt op die beperking. Het is juist goed als medewerkers met het syndroom van Down af en toe worden geconfronteerd met hun beperking, zodat ze daarmee om leren gaan. Een ondernemer geeft een voorbeeld uit eigen ervaring. Bij kinderen met syndroom van Down is hun beperking zichtbaar, laat deze kinderen twee werelden zien, zodat ze in beide werelden leren hoe ze met hun beperking om moeten gaan. Door de maatschappelijke acceptatie en de ervaring van de leiding kan bij de medewerkers het gevoel ontstaan dat de samenleving er best aardig uit ziet. Het lijkt alsof te sociaal en betrokken ook een eenzijdig beeld kan laten ontstaan. Er kwam naar voren dat er diverse voorbeelden van bedrijfstukken zijn die medewerkers met een beperking een baan bieden om subsidie binnen te halen, waarna er al snel een einde komt aan een contract. De schoonmaakbranche werd als voorbeeld genoemd.

4.3. Beelden van burgers

4.3.1. Kwaliteiten

De algemene visie van de burgers is als volgt:

Bij De Prael krijgen mensen met psychiatrische achtergrond een plek in de maatschappij. Mensen krijgen minder het stempel van een psychiatrisch persoon, ze worden behandeld als onderdeel van een organisatie. Hierdoor voelen zij zich beter. Een paar keer wordt aangehaald dat ze vanuit de overheid als 'rugzak' personen worden gezien. Bij De Prael wordt afgestapt van het psychiatrische probleem en wordt er gekeken naar wat ze wel kunnen. Hierdoor voelen ze zich meer gewaardeerd. Het helpt mensen aan een leuke en nuttige dagbesteding. Door de medewerkers samen de klus te laten klaren, krijgen ze het gevoel van samen werken aan een project. Door de medewerkers te leren om samen te werken groeit het vertrouwen dat ze in zichzelf hebben. De medewerkers leren dat wanneer ze op elkaar kunnen bouwen, zij in staat zijn een bijdrage te leveren aan een hoogwaardig eindproduct. Het niet in gaan op de beperking van de medewerkers en de behandeling hiervan kan een positieve uitwerking hebben op het functioneren van de medewerkers en de voorbereiding voor de opstap naar andere functies binnen de maatschappij.

Deze opstapfunctie wordt door veel respondenten aangehaald. Het kan een opstapfunctie zijn, doordat de medewerkers kunnen wennen aan de arbeidsmarkt en er ware connecties zijn met andere bedrijven, waardoor er een doorstroom kan ontstaan. Voor andere bedrijven is aangetoond dat de medewerkers met een beperking hebben gewerkt in een 'professionele' instelling, waardoor het aantrekkelijker wordt om die mensen aan te nemen.

4.3.2. Keerzijdes

Aan de ene kant wordt benadrukt dat de doorstroombaan erg belangrijk is, maar dat dit toch niet heel realistisch lijkt. Door iemand wordt aangegeven dat de opstap naar een andere functie zelfs een beetje klinkt als een verkooppraatje. Vraagtekens worden gezet bij het idee van doorstromen. *“Puntje bij paaltje is het dagbesteding waar zij geld aan verdienen. Er moet goed worden gekeken of er genoeg aandacht is voor de patiënten en dat het niet alleen gaat om de taak die zij moeten verrichten.”*

Streef je niet je doel voorbij als de nadruk wordt gelegd op het brouwproces en niet op de psychiatrische achtergrond? Dat is kern van veel verschillende antwoorden die worden gegeven. Eén van de respondenten heeft gewerkt bij een dierenasiel en aan dat asiel werd ook een keer de vraag gesteld of ze daar medewerkers met psychiatrische achtergrond konden gebruiken. Dit kon uiteindelijk niet goed gaan omdat de nadruk te veel lag op de taak en niet de begeleiding: *“Het zijn mensen met problemen, maar als daar weinig aandacht aan besteed wordt, wat is dan de meerwaarde van de dagbesteding?”*. Het doel van de sociale onderneming is voor verschillende respondenten van belang. Ze vragen zich af of De Prael dit puur doet vanuit het maatschappelijke belang voor de mensen met een psychiatrische achtergrond of dat het ook sterk mee speelt dat medewerkers met een dergelijke achtergrond zeer goedkope arbeidskrachten zijn. Dit lijkt bijvoorbeeld uit onderstaande argumenten.

“Al schrijvende realiseer ik me dat het winstgevend zijn niet een tegenpool hoeft te zijn van sociaal ondernemerschap, maar ik vraag me wel af welke belangen doorslaggevend zijn geweest om dit initiatief zo op te zetten.”

“De keerzijde (subjectief overigens) is dat ik me af vraag of De Prael is opgezet met puur dit doel en of de normale bedrijfsuitoefening ook een levensvatbare is. Wanneer dit bedrijf alleen wel vaart bij de ontvangst van subsidies is het de vraag of men niet beter een andere dagbesteding had kunnen kiezen waarin de doorstroombaan mogelijkheden wellicht groter zijn dan de doorstroombaan mogelijkheden die een brouwerij met zich meebrengt.”

Daarnaast wordt er door geen nadruk te leggen op de psychiatrische achtergrond van de medewerkers, gehoopt op een normale werkplek als zijnde werkvoorziening. Echter werkt er een grote groep mensen met een psychiatrische achtergrond en hebben ze kleine taken, zoals etiketten plakken, dus nog steeds zitten ze daar met stigma. Ze bieden inclusie, maar eigenlijk is het dat niet. Als de medewerkers vervolgens doorstromen naar een andere plek dan zijn ze nog steeds anders. Dan zijn ze daar niet op voorbereid. Een andere burger geeft het voorbeeld van gehandicapte kinderen die in een speciaal klasje zitten op een normale school. Is dat inclusie? Een moeder van een dochter met het syndroom van Down zegt in een interview over sociale ondernemingen: *“Is het integratie als je werkt in de Brownies&Downies? Of hoe al die lunchrooms mogen heten waar je geholpen wordt door mensen met Down? Is dat integratie of acceptatie?”* (Elings, 2014).

Daarnaast twifelen enkelen over de veiligheid. Wat gebeurt er bijvoorbeeld als een medewerker een psychose krijgt? Diverse bedrijfsprocessen van De Prael kunnen gevaar opleveren voor de psychiatrische medewerkers en voor de gasten van het bedrijf.

4.4. Vergelijkende analyse

De tegengestelde visies zijn niet alleen gebaseerd op verschillende meningen, maar ook op de kern van het probleem. De strijd zit hem in de verschillende waarden en kennis en de samenhang daartussen. Er is sprake van verschillende manieren van framing. Er worden verschillende betekenissen gegeven aan de situatie. Hieronder volgen verschillende frames die naar voren komen bij de drie groepen.

Bezuinigingsframe

In de gesprekken met ambtenaren over De Prael, is de nieuwe houding van de overheid een veelbesproken onderwerp. Zij stellen dat door de bezuinigingen een nieuwe manier van denken vereist is. In een interview noemde een ambtenaar de participatiesamenleving een eufemisme, het argument hiervoor is dat de participatiesamenleving veel mooier wordt voorgesteld dan dat ze daadwerkelijk is. De overheid probeert volgens de ambtenaar te verdoezelen wat zij zelf te lang verkeerd heeft gedaan en de overheid verplaatst zo de schuld. Als metafoor wordt gebruik: “*Als ouders hebben we te goed voor de kinderen gezorgd*”. Dit zou dan het excuus zijn. De overheid heeft lange tijd de indruk gegeven dat alleen zij kan zorgen voor het welzijn van de mens, maar nu er bezuinigd moet worden lijkt daar iets mis mee te zijn. De overheid heeft lang geloofd dat alleen zij kan zorgen voor een ‘vangnet’, omdat mensen dat zelf niet kunnen en heeft allerlei middelen beschikbaar gesteld om mensen te helpen, als voorbeeld worden de ruime Wajong-regelingen genoemd. Op die manier gaan doelgroepen waarvoor de overheid subsidies beschikbaar stelt, zoals Wajongers, ook zelf geloven dat zij niet op eigen benen kunnen staan. De overheid gedraagt zich zo als een beul en een koning tegelijkertijd, is een metafoor van een geïnterviewde ambtenaar. Verhoeven en Tonkens (Kerstholt & Paradies, 2014) beamen dit. Zij stellen dat de Nederlandse overheid een vrij negatief frame hanteert als zij spreekt over de participatiesamenleving. De schuld van allerlei problemen wordt neergelegd bij burgers op individueel niveau. Terwijl in Engeland de overheid zichzelf de schuld geeft en burgers benadert op communityniveau. Ook benadrukt de Engelse overheid de mogelijkheden en kansen bij het nemen van initiatieven (Kerstholt & Paradies, 2014). Dat is een andere manier van framing.

De verschillende voorbeelden, argumenten en metaforen die worden gegeven zijn de uiting van het bezuinigingsframe, de zogenaamde framing devices. Deze verwijzen alle naar het bezuinigingsframe als omvattend idee. In dit frame wordt de participatiesamenleving gezien als een bezuinigingsopgave. De overgang naar de participatiesamenleving kan worden gezien als een manier van reframing; het overgaan van het ene gestolde frame naar het andere frame. Door de bezuinigingen is er behoefte aan een nieuw verhaal, een nieuw perspectief.

Een andere manier om de participatiesamenleving te bekijken is via een contest frame. Volgens de overheid, de gevestigde orde, is de economische crisis met de bijgaande bezuinigingen een kans om het falende (oude) beleid te herstellen. De manier waarop de verzorgingsstaat was ingericht, is jaren werkbaar geweest, maar werkt in de huidige tijd niet meer. De overheid legt de verantwoordelijkheid bij de samenleving. De retoriek en de symbolen van de overheid suggereren een nieuw paradigma. Daarnaast lijken de ingezette decentralisaties een uiting te zijn van het nieuwe beleidsparadigma.

Het bezuinigingsframe lijkt niet afkomstig van ambtenaren, gezien de kritiek op de overheid. ‘Overheid’ is echter een ruim begrip. Hier komt de kritiek van gemeenteambtenaren en richt deze zich op het beleid van de Rijksoverheid.

Ambtenaren reageren vanuit bovenstaand frame op De Prael. Het is namelijk duidelijk dat er al bezuinigd wordt en dat er een nieuwe fase aankomt. De financieel-economische crisis en het nieuwe kabinetsbeleid stelt gemeentes voor grote uitdagingen. Dat blijkt ook uit de gesprekken. De verschillende ambtenaren moet zich op een andere manier positioneren ten opzichte van andere private partijen. Dat wordt zoals beschreven verlangd van de Rijksoverheid.

Bij de framing rondom De Prael is er sprake van een duidelijk hoofdframe en enkele subframes. Deze verschillende frames worden veelal door zowel burgers, ambtenaren als ondernemers gehanteerd. Beredeneerd vanuit de theorie van de framing contest zien voornamelijk ambtenaren de ernst van de situatie. Zij geven aan dat de huidige situatie rondom de sociale werkplaatsen en dagbesteding niet houdbaar is. De regering wil af van sociale werkbedrijven, want dat zijn door de overheid in stand gehouden werkbedrijven die zonder overheidssubsidie meteen omvallen. Verandering is volgens de ambtenaren nodig. Ook ondernemers en burgers zien dat sociaal ondernemerschap een mooie ontwikkeling is, maar de noodzaak is bij hen niet zo

doorgedrongen als bij de ambtenaren. Ondernemers en burgers vinden het mooi dat sociale ondernemingen bestaan, maar gaan weinig in op de dagbesteding in de huidige situatie. Er is daarom niet echt sprake van een framing contest. Wel roept de casus veel reacties op. De respondenten zijn hier op verschillende manieren bij betrokken, bijvoorbeeld doordat zij zelf dagbesteding aanbieden of doordat een zoon van een geïnterviewde gebruik maakt van dagbesteding. Veel respondenten koppelen deze onderneming snel aan andere voorbeelden van ondernemingen die ook dagbesteding aanbieden.

“Enthousiast, mits...” frame

Het hoofdframe wat door de drie verschillende groepen wordt gehanteerd ligt wat genuanceerd. Het is een positief frame, waarbij min of meer dezelfde kwaliteiten worden gezien. Aan dit positieve frame hangt echter een mits. Er bestaan meerdere risico's of keerzijdes, maar deze zijn allemaal afhankelijk van de sociaal ondernemer. Vrijwel alle ondervraagden stellen dat de kernkwaliteit van sociale ondernemingen die dagbesteding bieden aan mensen met een beperking is dat deze mensen zich gewaardeerd voelen en een plaats krijgen in de samenleving. Een mits die de ondervraagden noemen is dat er bij sociale ondernemingen die dagbesteding bieden een goede balans moet zijn tussen de begeleiding (zorg) en commercie. Of die balans er is, hangt van de sociaal ondernemer af.

Ook de sociaal ondernemers zelf stellen dat een onderneming valt of staat bij de ondernemer. Iedereen is anders en dat komt bij sociaal ondernemerschap duidelijk naar voren. Bij iedereen kan het goed gaan, maar ook mislopen. Het ondernemersduo van het Thomashuis geeft hier een goed voorbeeld van. Op dit moment gaat het zeer goed met het Thomashuis, maar de ondernemers die het Thomashuis voor hen runden hadden een heel andere instelling. Dan kan het concept wel goed zijn, maar dan is de uitvoering dat niet. Zo wisten hun voorgangers bijvoorbeeld niet om te gaan met één van de bewoners en heeft het lang geduurd voordat de betreffende bewoner daar weer boven op was. Een ander voorbeeld kwam voort uit een gesprek met twee ondernemers die dagbesteding bieden aan gehandicapten. Zij spraken over een andere onderneming. Twee jonge vrouwen wilden een dagbesteding opzetten voor gehandicapten en ter inspiratie en informatie hebben zij gesprekken gehad bij diverse andere ondernemingen. Zij spraken onder andere met een stel dat een broodjesservice was begonnen om gehandicapten een dagbesteding te bieden. In het gesprek werd ook ingegaan op de financiën. Het bleek dat de eigenaren van de broodjesservice wel heel flexibel omging met de dagbestedingsuren. Zo bleven de medewerkers iedere dag tot half twee, zodat er twee dagdelen gerekend konden worden, terwijl dit als één dagdeel gerekend zou worden als de medewerkers tot één uur aanwezig zouden zijn. Dit gaf de jonge starters een rare nasmaak. Zij besloten daarom om de dagbesteding aan te bieden vanuit een stichting in plaats van een B.V.. Het voelde voor hen vreemd om geld te verdienen aan gehandicapte medewerkers. Dit gevoel is persoonlijk, maar het voorbeeld toont wel aan hoe verschillend ondernemers kunnen zijn. De verschillende voorbeelden, framing devices, zijn een uiting van het omvattende frame dat de balans bij sociale onderneming zeer afhankelijk is van de ondernemer.

De idealen van de ondernemer en het doel waarmee deze een organisatie opzet, zijn voor de verschillende groepen van belang. Vooral bij burgers is er een onderscheid te zien in de mate waarin zij vertrouwen hebben in de idealen van sociaal ondernemers. De overheid wil vooral het goede te zien van sociale ondernemingen, omdat zij willen dat dit werkt. De gesproken ondernemers zijn overwegend positief, maar zij zien in dat sociaal ondernemers heel verschillend zijn. Hoe burgers sociaal ondernemers zien, loopt zeer uiteen van zeer optimistische wereldverbeteraars tot aan mensen met een bijna Machiavelliaanse houding. Bij een Machiavelliaanse houding wordt uitgegaan van het slechtste van de mens, vaak opgeroepen door de financiële prikkels. Deze manier van framen bepaalt het geloof in de onderneming. De meeste ambtenaren, ondernemers en burgers, staan zeer positief tegenover een concept als De Prael. Vanuit dit frame hoeven er geen keerzijdes te bestaan, maar dat is afhankelijk van de sociaal ondernemer, de sociale doelstellingen van de ondernemer en de uitvoering. Het vertrouwen hierin wordt aan de ene kant bepaald door de ondernemer zelf, doordat deze allemaal verschillend zijn en aan de andere kant door een soort mensvisie van de personen.

Inclusie frames

Er bestaan ook twee frames over de mate van inclusie. Deze worden door ambtenaren, ondernemers en burgers gehanteerd. Aan de ene kant zien zij De Prael als een manier om mensen met een psychiatrische achtergrond bij de maatschappij te betrekken en deel te laten nemen aan de arbeidsmarkt. Aan de andere kant stellen zij dat ze inclusie bieden, terwijl dat eigenlijk het tegenovergestelde is. Als mensen met een psychiatrische achtergrond namelijk op een andere plek komen, zijn ze nog steeds anders en zijn ze daar ook niet op voorbereid. In het verlengde van dit laatste frame wordt de doorstroom van De Prael naar een andere werkplek ook niet als reëel gezien. *“Hoe warmer het bad, hoe moeilijker de doorstroom”*, is daar een voorbeeld van. Dit hoeft niet meteen een keerzijde te zijn, maar De Prael moet wel eerlijk zijn over de kansen van doorstroming en doorstroming niet voorhouden als een verkooppraatje. Terwijl bij het eerste frame deze kans wel als reëel wordt geacht. De verschillende vormen van argumentatie zijn te herleiden naar twee verschillende frames over inclusie.

Wicked problem

Een ander frame dat wordt aangedragen vanuit de ambtenaren heeft betrekking op de aanlevering van medewerkers met een psychiatrische achtergrond. Dit probleem kan verschillend worden geconstrueerd. Als er in het algemeen wordt gesproken over dagbesteding in een commerciële instelling, dan hebben de sociaal ondernemers wel de juiste mensen nodig. Vaak bestaat er een discrepantie tussen het profiel wat sociaal ondernemers zoeken en de beschikbaarheid van mensen met een psychiatrische achtergrond die de gevraagde werkzaamheden aankunnen. Niet iedere medewerker met een psychiatrische achtergrond is in staat om een rondleiding te verzorgen. Voor ondernemingen als De Prael houdt het probleem op wanneer zij bijvoorbeeld tien geschikte medewerkers hebben, zij kunnen dan aan de slag en zetten problemen om in kansen en hebben belang bij de publieke dienstverlening. Het probleem voor de sociaal ondernemers is alleen dat zij de juiste medewerkers moeten weten te vinden. Hier is duidelijk te zien dat er door de overheid en ondernemers vanuit twee ‘vensters’ wordt gekeken. Alleen de definitie van de problematiek is al anders, daardoor zijn de oplossingen ook verschillend. Voor de overheid betekent dit namelijk dat alleen die mensen met een psychiatrische achtergrond overblijven die nergens aan de slag kunnen. Voor de overheid leveren sociale ondernemingen als De Prael slechts een bescheiden bijdrage aan het probleem en is de dagbesteding die zij bieden eerder additioneel dan een vervanging van de sociale werkbedrijven. Dit fenomeen zorgt bij de overheid voor een wicked problem: aan de ene kant heeft de overheid te weinig geld beschikbaar om alle mensen met een psychiatrische achtergrond of een andere beperking werk te bieden en profiteert de overheid ervan dat sociale ondernemingen als De Prael mensen met een beperking een dagbesteding bieden, maar aan de andere kant is het de vraag of werken binnen een sociale onderneming vanuit het ethische aspect voor mensen met een beperking wel de juiste manier is om hun dag in te delen en bieden sociale ondernemingen alleen dagbesteding voor die mensen met een beperking die precies die werkzaamheden kunnen verrichten waar zij om vragen. Slechts een kleine groep komt hiervoor in aanmerking, waardoor ongelijkheid ontstaat, terwijl gelijkheid een publieke waarde is die de overheid nastreeft.

Houdbaarheidsframe

Het laatste belangrijke frame gaat over de houdbaarheid van het systeem. Dit komt vooral voort vanuit de ambtenarenhoek. Het lijkt er voor de ambtenaren op dat De Prael er in is geslaagd om zichzelf te kunnen bedruipen door rendement te genereren uit commerciële activiteiten. Ambtenaren, en in mindere mate burgers en ondernemers, zijn bang voor wat er bij sociale ondernemingen gebeurt bij het dichtdraaien van de subsidiekraan of als de onderneming verliest lijdt. Lijden de mensen met een beperking hier dan onder, draait de sociaal ondernemer op voor de kosten of komt dit probleem bij de overheid te liggen en moet zij steun verlenen? Het veranderen van overheidsfinanciering wordt door ambtenaren zo geframed dat gemeentes daar weinig aan kunnen doen. Het ligt aan de politiek of aan ‘het systeem’: *“De overheid is per definitie onbetrouwbaar voor de ondernemer.”* Verschillende ondernemers en burgers hebben het als zij spreken over

de overheid een aantal keer over de gemeente. Bij een bijeenkomst over de transities, georganiseerd vanuit een aantal gemeentes, wijzen de gemeente naar de Rijksoverheid, terwijl ondernemers ervaren dat zij afhankelijk zijn van het beleid op gemeentelijk niveau.

4.4.1. Deelconclusie

Er is geen sprake van een duidelijk frame voor een van de groepen. De ambtenaren, ondernemers en burgers komen op min of meer dezelfde kwaliteiten en keerzijdes. Er bestaan wel veel verschillende frames om te kijken naar De Prael of sociale ondernemingen als De Prael. Maar de gehanteerde frames zijn afhankelijk van de groep. Wel zijn een aantal frames die ambtenaren hanteren van toepassing op een groter geheel, op publieke waarden. Ambtenaren zien sociale initiatieven als De Prael graag, maar de discussie gaat over de mate waarin en de wijze waarop. Ondernemers en burgers zijn vooral verdeeld in hun visie op de kwaliteiten en keerzijdes van sociale ondernemingen.

5. Beelden rondom sociale onderneming Buurtzorg Nederland

Welke beelden hebben ambtenaren, (sociaal) ondernemers en burgers van de kwaliteiten en keerzijdes van sociale onderneming Buurtzorg Nederland en hoe verhouden die zich tot elkaar?

Jos de Blok vond het als wijkverpleegkundige steeds moeilijker om plezier in zijn werk te houden. De organisaties zijn te groot en inflexibel. Daarom richtte hij in 2007 Buurtzorg Nederland op om de menselijke maat terug te brengen in de zorg. Buurtzorg Nederland werkt met zelfsturende wijkteams waarin verpleegkundigen zelf bepalen hoeveel tijd zij aan de zorg van een cliënt besteden. Bij Buurtzorg Nederland staat het zelfoplossend vermogen van de medewerkers centraal. Zij kunnen hun creativiteit benutten en er is meer persoonlijke aandacht voor de cliënt. De wijkverpleegkundigen mogen hun cliënten op hun eigen manier behandelen en zitten niet vast aan protocollen. Omdat Buurtzorg Nederland vertrouwen heeft in de professionele autonomie van de medewerkers, krijgen de teams veel vrijheid (Tegenlicht, 2013).

Buurtzorg Nederland roept veel reacties op bij de geïnterviewden en respondenten. Eerst komen de afzonderlijke visies van ambtenaren, (sociaal) ondernemers en burgers op de kwaliteiten en keerzijdes van Buurtzorg Nederland aan bod. Onder andere een lunch bij een Thomashuis, een interview met een betrokkene bij een zorgboerderij en een interview met een beleidsadviseur hebben inzicht gegeven in de visies op de sociale ondernemingen. In de vierde paragraaf – de vergelijkende analyse – wordt ingegaan op de verschillende frames die leiden tot een framing contest rondom Buurtzorg Nederland.

5.1. Beelden van ambtenaren

5.1.1. Kwaliteiten en keerzijdes

In 2012 en 2011 kreeg Buurtzorg de prijs voor Beste Werkgever van het Jaar. De positie op de ranglijst werd bepaald aan de hand van een onderzoek onder eigen medewerkers. Maar ook bij het klanttevredenheidsonderzoek scoort Buurtzorg hoog: 9 van de 10 punten. Eén van de geïnterviewden was op de hoogte van deze cijfers en was redelijk goed bekend met Buurtzorg als organisatie. Hij stelde dat het een sympathiek antwoord is naar de bureaucratie om niet te veel vast te willen leggen en te controleren. Maar uit zijn ervaring kon hij vertellen dat als je niet monitort op het niveau van de directe uitvoering, je heel weinig sturing kunt geven aan het hele concept. Als je kijkt naar samenwerking, dan weten mensen in de uitvoering elkaar bijna altijd te vinden. Uitvoerders zullen ook altijd de kant van de patiënt kiezen. Dat ontstaat door het persoonlijke contact, daar ontstaat het begrip. Maar dat verhindert weleens dat ook op een hoger niveau de juiste keuzes worden gemaakt. Dit verklaart ook de hoge cijfers. De patiënten zijn erg tevreden met de aandacht die zij krijgen en de verpleegkundigen zijn blij met de vrijheid en het persoonlijke contact, maar dit is een soort cirkelredenering waar niemand boven staat.

Een directeur van gemeente Eindhoven gaf eens aan dat er voor de wijkteams sprake was van tien multiprobleemgezinnen. Na de invoering van de sociale wijkteams bestonden er in *no time* 150 multiprobleemgezinnen. Kortom: het aanbod creëert zijn eigen vraag. Dat is een risico wat je hier loopt, dat het uiteindelijk onbeheersbaar wordt. Voor Jos de Blok is dit op korte termijn geen probleem, want hij verdient

eraan. *“Het gevaar van dit concept is dat het sociale doel verandert in een commercieel ziekenbed.”* Op lange termijn zal hij echter wel rekening moeten houden met de overheid als opdrachtgever, vanwege de veranderingen in de AWBZ en WMO.

Hiermee samenhangend, is een terugkomend bezwaar vanuit ambtenaren het gebrek aan registratie en controle. Dit komt ook voort uit de hierboven genoemde relatie tussen enkel de uitvoerende partij en de patiënt. Een extra laag boven de uitvoerende partij en patiënt wordt genoemd om overzicht te houden. Als kwaliteit wordt namelijk wel erkend dat de verpleegkundigen zelf het beste kunnen bepalen hoe zij hun werkzaamheden indelen en dat zij voor een groot deel de verantwoordelijkheid kunnen dragen voor de zorg. Vaak wordt een (overdreven) voorbeeld gegeven van hoe het niet moet: *“Ik ben tegen het verschrikkelijke systeem dat verpleegkundigen anderhalve minuut krijgen om steunkousen aan te trekken bij een patiënt en dan 42 seconden over houden om een patiënt te wassen. De uitvoering heeft ruimte nodig.”* Nabijheid en betrokkenheid wordt gezien als zeer waardevol. Toch komt er uit de interviews naar voren dat controle, protocol en registratie nodig zijn. Ten eerste wordt een aantal keer genoemd dat de slagingskans van wijkteams erg afhankelijk is van het personeel. Dit is zeer persoonsafhankelijk. Zonder overkoepelende laag is er ook minder ruimte voor persoonlijke ontwikkeling. Er worden vraagtekens gezet bij de opleidingen die de verpleegkundigen kunnen volgen. Door de persoonsafhankelijkheid kunnen er ook ongelijke vormen van zorg bestaan. Gelijkheid is een publieke waarde die de overheid nastreeft. Daarnaast zijn de verpleegkundigen niet opgeleid voor een coördinerende rol, of financieel onderlegd. Dit zijn taken die erbij komen kijken, doordat er geen overkoepelende laag is. Het is dan ook moeilijker om te sturen en het overzicht te bewaren. Er werd in een interview gewezen op het rapport *De ontkokering voorbij* van de Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling (2008). Een belangrijke notie uit dit rapport werd aangehaald. Ontkokering komt voort uit de oprechte wens iets aan de maatschappelijke problemen te doen, of in elk geval aan de vermeend problematische organisatiestructuur die een effectieve aanpak van die problemen in de weg staat. Echter blijkt uit het rapport, en dat is waar de geïnterviewde op doelde, dat verkokering of de bureaucratie wel ergens op berust. Er is altijd een soort bureaucratie nodig. Verkokering kan berusten op de erkenning dat de werkelijkheid meervoudig is (justitie, zorg, economie, veiligheid behouden altijd hun eigen waarde). Bovendien kan verkokering ervoor zorgen dat er niet eenzijdig naar problemen gekeken wordt, dat er altijd een afweging van belangen en perspectieven plaatsvindt en dat er *checks and balances* zijn. In het interview werd met de verkokering de bureaucratie bedoeld. *“Een land kan best worden bestuurd zonder politici, zie België, maar een land kan niet functioneren zonder ambtenaren.”*

Buurtzorg roept ook een aantal keer de vergelijking op met banken en woningcorporaties. Er wordt dan gesteld dat bijna alle zelfsturende organisaties na een bepaalde cyclus zonder controle uiteindelijk falen. Minder of geen registratie klinkt heel mooi, maar helaas blijkt die registratie vaak wel nodig. *“Ik ben het eens met het vertrouwen, maar realistisch met de haalbaarheid.”* Kijk bijvoorbeeld naar de woningcorporaties, deze hebben een sociale maatschappelijke opgave om betaalbare huurwoningen neer te zetten. Maar in de tussentijd wordt de zaak zo dat directeurs in Maseratis rondrijden. Meerdere keren werd de metafoor van een luxe auto aangehaald. Het gaat bij Buurtzorg om geld dat in de zorgsector thuishoort en niet ergens in een garage hoort te staan. Jos de Blok suggereert dat het kan, maar de geschiedenis leert dat er kanttekeningen zijn. Het systeem van Buurtzorg is dan ook erg kwetsbaar, het wordt ook een enkele keer geformuleerd als *“het creatief benutten van de AWBZ”* en ze lopen er nu tegen aan dat deze AWBZ hervormd wordt. De kwetsbaarheid van dit soort initiatieven bestaat eruit, dat sommige ondernemingen ervan profiteren als de economie in elkaar zakt en andere failliet gaan.

“De insteek is mooi, van die grote zorginstellingen word ik namelijk helemaal gek. De ene huilt nog harder dan de ander en nog komen ze in een Audi A8 aanrijden. In principe streef je niet naar winstmaximalisatie.”

5.2. Beelden van ondernemers

5.2.1. Kwaliteiten

Het geïnterviewde ondernemersduo van het Thomashuis maakt gebruik van de zorg van Buurtzorg Nederland. Ze hebben de organisatie ingeschakeld toen er een bewoner in huis kwam die veel medische hulp nodig had. Deze keuze werd voornamelijk bepaald door het feit dat Buurtzorg Nederland tegenover het Thomashuis gevestigd is. De werkwijze van Buurtzorg Nederland blijkt het Thomashuis erg aan te spreken. Er komen geen twaalf verschillende verzorgers aan het bed van de cliënt. Cliënt Gerard wordt bijvoorbeeld verzorgd door een groepje van vijf tot zes verzorgers. De aandacht per individu is erg persoonlijk. *“Het zijn gouden mensen waarmee je te maken hebt.”* Dit komt doordat de verzorgers werken in zelfsturende teams, hierdoor staan ze dicht bij de cliënten. De communicatielijnen onderling zijn ook veel korter, daardoor is het mogelijk en makkelijker om te beseffen wat de specifieke wensen van de cliënten zijn. Het gaat dan om die specifieke wensen waar in een groot systeem van verzorging geen aandacht aan kan worden besteed. Het gaat niet om het afvinken in drie seconden bij wijze van spreken. Een geïnterviewde ondernemer gaf hiervan een voorbeeld. Zij sprak een week voor het interview met een verzorger. De verzorger gaf aan dat hij altijd pas zorg ging verlenen aan een cliënt na de voetbalwedstrijd. Dan kon de cliënt napraten over de voetbalwedstrijd en werd hij tijdens het kijken niet gestoord. Dat moment van samen praten over de voetbalwedstrijd was voor de bejaarde cliënt erg belangrijk. Dit soort zaken zijn niet te regelen in protocollen. Buurtzorg Nederland werkt heel persoonlijk en niet volgens protocollen. Het is direct en goedkoper en daar zien de geïnterviewde ondernemers wel iets in. De behoeften van de cliënten is zijn door verzorgers twintig keer beter in te schatten dan door iemand in een ivoren toren. Door alle regels wordt er voorbij gegaan aan alle menselijkheid. Zoals geformuleerd in onderstaande citaten.

“De grootste kwaliteit is dat de menselijke maat terug komt in de zorg. Zoals iedereen weet is die al jaren weg.”

“De huidige McDonalderising van de thuiszorg.”

De tijdbesteding die aan een cliënt gegeven mag worden is exact bepaald: *“Cliënten zijn gedegradeerd tot eenheidsworsten, terwijl er juist bij die groep cliënten menselijke aandacht en zorg vereist is die niet gedictieerd wordt door een tijd klok.”* Cliënten en verpleegkundigen hebben last van de tijdsdruk die achter de regels schuil gaat. Het zijn systemen waarin het bijna moeilijk is om de naam van de cliënten te kennen. Buurtzorg Nederland is veel makkelijker te sturen en het is makkelijker om goede zorg te leveren. *“We hoeven Tony maar te bellen en ze zit zo aan tafel om alles samen om te lossen. Ze weten waar het over gaat. Ze is betrokken.”* De waardering van de eigen kracht van de verzorgers is een door geïnterviewde ondernemers veelgenoemde kwaliteit van Buurtzorg Nederland. Door de verpleegkundigen niet te veel te beperken door kloktijden, streepjescodes en dagrapporten in minuten bevordert de creativiteit en versterkt de motivatie van de verzorgers. Het is een vicieuze cirkel: het tevredenheidsgevoel van de cliënt zorgt ook voor een goed gevoel bij de verzorger.

De kracht ligt binnen de organisatie, dit is goed voor het verzorgend personeel en voor de cliënten. Het is een manier van leiderschap die zeer inspirerend is. Het biedt oplossingen voor knelpunten waar de zorg op dit moment mee te maken heeft. Normaliter kost maatwerk wel meer geld. Het lijkt hier alleen wel alsof de zorg additioneel is in plaats van vervangend. Een ander groot voordeel is dat er niet een overhead op zit als bij de overheid.

Een ander voorbeeld wat naar voren kwam in een interview ging over een gesprek dat de geïnterviewde had gehad met een medewerker van het ministerie van Defensie. De geïnterviewde gaf aan dat hij verantwoordelijk was voor de trainingen en opleidingen. Het budget daarvoor was 50.000 euro. De man had vervolgens een organisatie gevonden die de trainingen konden aanbieden voor het juiste bedrag. Dit moest daarna nog wel worden goedgekeurd door drie management lagen. De tweede manager geeft echter aan dat er een inkoopcontact is bij een ander bedrijf waar de trainingen twee keer zo duur zijn. Door het contract zijn ze

verplicht om de trainingen daar af te nemen. Dit werkt heel anders bij een organisatie als Buurtzorg Nederland. Volgens verschillende geïnterviewde ondernemers valt er aan de protocollen van de overheid veel te verbeteren: *“Bureaucratie is het water geworden waarin we zwemmen. We nemen het gewoon niet meer waar.”*. De kwaliteit van de manier van zorg die Buurtzorg Nederland biedt, is dat er persoonlijke aandacht is. Een enkele ondernemer heeft het over de beheersing van de zorgkosten.

5.2.2. Keerzijdes

Door het Thomashuis wordt aangegeven dat het een heel klein team is en dat het daardoor kwetsbaar is. Praktisch gezien is het lastig om zorg te regelen ten tijde van bijvoorbeeld zwangerschappen, kerst of vakanties. Het is dan moeilijker om de zorg te coördineren.

Daarnaast lijkt Buurtzorg Nederland tussen zorg en commercie in te zitten. Het gaat aan de ene kant om de zorg, maar ook om het verdienen van geld. Hiervoor zijn ook schema's en regels. De vergelijking wordt gemaakt met opticiens en audiciens. Een voormalig audicien gaf aan dat ze met het werk gestopt is, omdat er teveel naar de commerciële kant werd gekeken. De diensten van de audiciens waren teveel op de verkoop gericht en minder op de klant. Dit zou ook een gevaar kunnen zijn bij Buurtzorg Nederland. Een andere ondernemer geeft daarbij ook aan dat niet iedere verpleegkundige genoeg commercieel is. De kern van de antwoorden met betrekking tot de keerzijdes van een onderneming als Buurtzorg Nederland is dat deze vorm van zorg erg afhankelijk is van de mensen zelf. Een geïnterviewde ondernemer benadert dit op de volgende manier: *“Teveel vrijheid kan ook betekenen dat zeer sociaal ingestelde en betrokken medewerkers zich bovenmatig inzetten voor het welzijn van de cliënt en daarmee het gevaar lopen om het werk niet meer aan te kunnen.”*. Daarnaast kan de zorg van cliënt tot cliënt erg verschillen, doordat de zorg afhankelijk is van de professionaliteit van de verzorger. Een andere ondernemer spreekt van versplintering van de zorg, doordat er niet wordt gekeken naar protocollen. Uit ervaring vertelt een ondernemer dat in zelfsturende teams vaak iemand aanwezig is die de natuurlijke leidersrol op zich neemt. Een collega die verbaal minder sterk is, loopt het risico hierbij het onderspit te delven. Ook wordt het belang van een goede overdracht genoemd. Dit telt dan voor alle zorg, maar met name bij een initiatief als Buurtzorg Nederland moet daar aandacht voor zijn, omdat er voornamelijk vanuit de uitvoerende verzorger wordt gekeken en er minder overzicht is van boven. In de interviews komt ook naar voren dat verantwoording afleggen soms ook goed is. Niet per se vanwege de verantwoording zelf, maar omdat verzorgers dan van elkaars werkwijzen kunnen leren.

De geïnterviewde ondernemers zetten vraagtekens bij de groei van Buurtzorg Nederland. Als Buurtzorg Nederland groeit komen er waarschijnlijk meer mensen en meer systemen. Werkt het concept nog steeds als je het landelijk uitrolt? Het ligt er heel erg aan wat het groeiscenario is wat Buurtzorg Nederland voor ogen heeft. Er wordt ook een paradox opgemerkt: Buurtzorg Nederland staat voor maatwerk en wijkteams, maar ondertussen heet de onderneming Buurtzorg Nederland en is Jos de Blok op bezoek geweest in China en Korea om het concept te verspreiden.

5.3. Beelden van burgers

5.3.1. Kwaliteiten

Door de wijkaanpak en persoonlijke aanpak ontstaat er een vertrouwd gevoel. Minder management is goed, daardoor is er meer tijd en geld voor de cliënten. Voor de cliënt is dit erg aansprekend. Professionals weten wat ze moeten doen, zij staan in direct contact met de cliënten. Zij weten bijvoorbeeld hoelang ze moeten wassen. Het vertrouwen in de verzorgers om goede afwegingen te maken en het ontbreken van de vaste protocollen lijkt goed voor de kwaliteit van de zorg. Veel burgers hebben ook over 'informele zorg', even een kopje thee drinken met de cliënten. Dit hoort dan wel niet bij het officiële takenpakket, maar het verhoogt volgens velen wel de kwaliteit van de zorg en het welzijn van de cliënten.

5.3.2. Keerzijdes

“Hoe kan zo’n goed initiatief betaald worden, zonder dat de kosten steeds maar verder blijven stijgen?” Een van de burgers spreekt over de kans op wildgroei van behandelingen. Naar aanleiding van een gesprek over de kosten van de zorg vragen een paar burgers zich ook af wat het salaris van initiatiefnemer Jos de Blok is.

Buurtzorg Nederland is heel erg plaats- en persoonsgebonden. Het klinkt alsof de verzorgers centraal staan, in de plaats van de cliënten. Elke verzorger heeft een eigen manier van werken, waardoor de zorg van cliënt tot cliënt erg verschilt. Hoe wordt de continuïteit van de zorg bewaakt als er geen protocollen zijn en iedere verzorger op zijn of haar eigen manier zorg verleent? Er wordt door meerdere burgers gesteld dat enige vorm van protocol nodig is. Ruim ervaren verzorgers kunnen lastige situaties misschien heel goed inschatten, maar de minder ervaren verzorgers kunnen dit minder goed. Verschillende keren wordt ook beargumenteerd dat registratie daarom ook belangrijk is. Er moet een vorm van verantwoording mogelijk zijn. De vraag rijst dan ook wie er uiteindelijk verantwoordelijk is voor deze zorg. *“Het is mooi dat ze terug gaan naar de basis, maar ze moeten dus ook nog grenzen ontwikkelen.”*

“Het is een goede zaak dat de verzorgers hun liefde voor het vak en hun creativiteit kunnen benutten. Dit leidt altijd tot het beste resultaat. Maar elke verzorger en dus ook de directeur heeft een baas of toezienend beoordelaar nodig.”

Met de plaatsgebondenheid wordt bedoeld dat de zorg niet in iedere gemeente aanwezig is en niet iedereen gebruik kan maken van de diensten van Buurtzorg Nederland. Er kan dus ongelijkheid ontstaan. Waarom kunnen extraatjes bij Buurtzorg Nederland wel en bij de reguliere zorg niet? In de ene gemeente behoort Buurtzorg Nederland met de extraatjes wel tot de mogelijkheden en in een andere gemeente niet. Terwijl er voor beide vormen van zorg wel evenveel wordt betaald. Dit kan leiden tot scheve gezichten.

Buurtzorg Nederland lijkt te willen groeien. Maar het initiatief lijkt door de plaats- en persoonsgebondenheid lastig om uit te rollen op andere plekken. Ook bestaat de angst hoe de onderneming uitpakt als deze zoveel groter wordt. Als het veel groter wordt en meer geïnstitutionaliseerd, dan is het nog maar de vraag hoe houdbaar het concept is. Op dat moment komen er waarschijnlijk ook kwaliteitskaders en verschillende managementlagen. En dan wordt het eenzelfde organisatie als het soort organisaties waar het zich nu tegen afzet.

5.4. Vergelijkende analyse

Bij Buurtzorg Nederland is er sprake van een framing contest. Dit komt doordat Buurtzorg Nederland door ambtenaren, ondernemers en burgers meteen wordt geplaatst in het debat over de staat van de huidige zorg. Er wordt over een crisis gesproken wanneer er een breed gedragen perceptie heerst dat er een crisis is.

Framing contest 1

De eerste framing contest gaat over de significantie van een gebeurtenis. De situatie rondom de huidige zorg wordt door alle respondenten gezien als onhoudbaar, zoals ook blijkt uit de verschillende extreme voorbeelden en metaforen (framing devices). Vanuit de drie verschillende perspectieven blijkt dat de ernst wordt erkend. Alle bevroegde groepen zien de huidige situatie als een kans voor verandering. Omdat het ontkennen van de ernst van de crisis geen optie meer is, verschuift het debat rondom de zorg naar de volgende framing contest over de vraag wie of wat de crisis in de zorg heeft veroorzaakt.

Framing contest 1 en 2

Bij deze tweede framing contest worden de oorzaken gezocht in externe, onvoorspelbare en oncontroleerbare factoren of wordt er gesteld dat de oorzakelijke factoren te voorzien en te controleren waren, maar over het hoofd zijn gezien. Burgers en ondernemers stellen dat de oorzakelijke factoren te overzien en te controleren waren. Dit legt de schuld van de crisis bij bepaalde personen en/of beleidsmaatregelen. De schuldvraag gaat over de derde framing contest. Want de oorzaak en de schuld ligt volgens de burgers en ondernemers bij de grote systemen. Het gaat dan om de grote systemen met teveel overhead. Teveel managementlagen die vanuit hun ivoren toren de zorg proberen te bepalen krijgen de schuld van de huidige problematiek. Daarnaast wijzen zij op de overheid die de zorg te veel wil vastleggen met protocollen en standaarden. De bureaucratie wordt gezien als de oorzaak, met het grote systeem en de overheid als schuldige. Jos de Blok verwijst hier direct naar met de titel van zijn boek *Mensheid boven bureaucratie*. In zijn boek maakt hij de kwaliteiten van Buurtzorg duidelijk door deze af te zetten tegen de keerzijdes van de huidige zorg. Hij frameet het zo dat hij het tegendeel van de overheid heeft opgezet: "*Framing is blaming*". De beschuldiger, in dit geval de ondernemers en burgers, centreren de schuld.

Ambtenaren nemen een andere positie in in deze derde framing contest. Net als ondernemers en burgers zien zij dat er sprake was van oorzakelijke factoren en wijzen zij naar de grote systemen die streven naar winstmaximalisatie, met teveel managementlagen. Het gaat om systemen die denken in tijd en geld en niet in kwaliteit van de zorg. De omschrijvingen van deze systemen door ambtenaren, ondernemers en burgers lijkt hetzelfde, de ondernemers en burgers doelen met de grote systemen op de overheidsbureaucratie en de overheidsprotocollen. Ook ambtenaren centreren de schuld bij de systemen, maar zij zien zichzelf niet als onderdeel van dit systeem. Zij hebben het dan over de zorginstellingen of de rijksoverheid. Alle groepen spreken van 'het systeem', maar geven daar wel verschillende invullingen aan.

Framing contest 4

Bij de laatste framing contest komen de verschillen tussen de frames duidelijker naar voren. Deze contest heeft betrekking op de lessen die er uit de crisis getrokken kunnen worden: toont de crisis aan dat 'het systeem' in zijn geheel niet deugt, of moet dit systeem alleen bijgesteld worden? Hier komt de kern van de twee verschillende frames naar voren: ambtenaren willen veranderingen zien, net als ondernemers en burgers, maar Buurtzorg Nederland is opgezet vanuit kritiek op de overheid. Jos de Blok, de initiatiefnemer van Buurtzorg Nederland, wil het systeem aanpassen. Er moet een nieuwe beleidsparadigma komen. Ambtenaren willen hervormingen doorvoeren, zij zien ook de huidige problematiek. De retoriek van de decentralisaties en de participatiesamenleving suggereren de komst van een nieuwe paradigma. Dit nieuwe paradigma moet zich ontwikkelen, het systeem moet zich kunnen aanpassen. De meeste ambtenaren willen zich ook aanpassen. Maar doordat Buurtzorg Nederland is ontstaan vanuit kritiek op de bureaucratie is het moeilijk voor ambtenaren om nieuwe *change agents* als Jos de Blok in het geheel te accepteren. Zij hebben de houding van "*Ja, maar...*", omdat zij zien dat er veranderingen nodig zijn, maar zich ook realiseren dat zij zichzelf en hun taak compleet buiten spel zetten door die veranderingen te accepteren. In principe zijn de ambtenaren enthousiast over Buurtzorg Nederland en zien zij de kwaliteiten, maar zij stellen ook dat de geschiedenis en hun ervaring hen leert dat er kanttekeningen zijn bij het concept. Het is dan ook niet de bedoeling om deze vorm van zorg te sublimeren, het gaat niet om zorg tegen zorg.

De ambtenaren zijn niet tegen zorg in wijkteams en in principe ook niet tegen Buurtzorg Nederland als zijnde een sociale onderneming, maar zij kijken naar *de mate waarin* en *de wijze waarop* de onderneming is ingericht en daar is discussie over. Opvallend is dat ambtenaren kijken naar een volledig systeem en de rol die de ander daar in heeft. Zij proberen zich te verplaatsen in Jos de Blok, de patiënten, verplegers en andere overheden en verschillende organisaties. Hierbij gaan zij wel uit van hun idee over de rolverdeling. Ondernemers kijken minder naar het volledige systeem.

Ondernemers zijn voornamelijk positief en enthousiast zijn over Buurtzorg Nederland. Zij zien dit concept als een goede vervanging voor de huidige zorg. Ondernemers komen wel met keerzijdes, maar dit lijkt vooral zo te zijn omdat er naar gevraagd is. Sommige ondernemers hebben hetzelfde idee over de keerzijdes, andere geven weer andere voorbeelden aan van risico's die kunnen optreden. De persoonlijke frames worden hierdoor duidelijk. Burgers hanteren beide frames. De helft van de burgers ziet in ondernemingen als Buurtzorg Nederland de oplossing, zij het met enkele kanttekeningen. De andere helft van de burgers erkent de kwaliteiten en zien dat verandering nodig is, maar heeft veel kritiekpunten. Het systeem moet volgens hen wel veranderd worden, maar zij benadrukken ook dat niet alle oude principes moeten worden vergeten.

5.4.1. Deelconclusie

De huidige problematiek in de zorg heeft veel invloed op de manier van kijken naar Buurtzorg Nederland, hierdoor wordt de sociale onderneming onderhevig aan een framing contest. Toch zien de drie verschillende groepen in meer of mindere mate voornamelijk dezelfde kwaliteiten en keerzijdes. Verschillende ondernemers en burgers geven bijvoorbeeld aan dat zij zien dat zonder protocol en standaarden er bepaalde risico's worden gelopen. Zij zijn het niet in het geheel eens met Jos de Blok. Wel is te zien dat waar bij beide dezelfde soort bezwaren en risico's worden gezien ambtenaren geneigd zijn om te zeggen: *"Ja, maar...."*. Ondernemers hanteren meer een houding die lijkt op *"Ja, en..."*. Dit lijkt voort te komen uit het idee dat het in ieder geval beter is dan hoe het nu wordt gedaan. Bij de burgers is dit erg verschillend.

6. Beelden rondom sociale onderneming MyWheels

Welke beelden hebben ambtenaren, (sociaal) ondernemers en burgers van de kwaliteiten en keerzijdes van sociale onderneming MyWheels en hoe verhouden die zich tot elkaar?

MyWheels streeft naar leefbare buurten door het delen van auto's. Henry Mentink startte in 2003 MyWheels met zes auto's. Inmiddels heeft hij er een paar honderd. Via een site bieden voornamelijk particulieren hun bolide te huur aan. Op die manier kunnen mensen die tijdelijk een auto nodig hebben deze vinden. MyWheels biedt zo een alternatief voor een tweede auto die anders wellicht het merendeel van de tijd stil staat en ruimte inneemt en hierdoor kunnen mensen wisselen van kleine personenauto, stationwagen of zelfs busje. Lidmaatschap kan gratis of per abonnement. De consument betaalt voor de gemaakte kilometers. MyWheels streeft ernaar dat leden-gebruikers ook financiers worden, waardoor een wederzijds belang ontstaat. Leden die investeren in de onderneming worden terug betaald in 'gratis' kilometers. MyWheels legt geen boetes op als iemand een overtreding begaat, maar koppelt degene die overlast ervaart aan de veroorzakers, zodat zij samen tot een oplossing kunnen komen (Verloop & Hillen, 2013).

"Grappig, ik denk altijd dat wat ik denk iedereen ook vindt. Iemand anders ziet daar toch geen andere nadelen in dan ik?"

Na een interview met een sociaal ondernemer ging het nog kort over de insteek van dit onderzoek, waarop bovenstaande reactie volgde. Toch zien andere geïnterviewden toch andere nadelen. Ook reguliere ondernemers zoals een horecaondernemer en de eigenaar van verschillende webwinkels hebben ook hun visie gegeven. Onder andere een manager bij Shell, een studente sociologie en een accountant hebben daarnaast hun visie gedeeld. Ook hebben ambtenaren hun visie gedeeld, deze groep komt het eerste aan bod. Vervolgens worden de perspectieven van ondernemers en burgers besproken.

In de vierde paragraaf worden de perspectieven vergeleken en in verband gebracht met de theorie. Bij MyWheels is er geen sprake van een framing contest, maar wel van verschillende frames naast elkaar.

6.1. Beelden van ambtenaren

"Ik heb eigenlijk het idee om zelf een extra auto te kopen en dan te verhuren", aldus een ondernemende ambtenaar.

6.1.1. Kwaliteiten

Het is milieuvriendelijk en kostenbesparend voor de auto-eigenaren zelf. Autogebruik kan hierdoor worden teruggedrongen en het autogebruik is effectiever. Daarnaast is het goed voor de leefbaarheid. Een enkeling noemt als kwaliteit dat leden elkaar helpen en er daardoor een gezamenlijk belang ontstaat. Daarnaast wordt als kwaliteit genoemd dat het mogelijk is om wisselende types auto's te gebruiken, afhankelijk van waar je de auto voor nodig hebt. Ook wordt het mogelijk om op een veilige manier geld te verdienen aan je auto, terwijl de auto anders toch maar stil staat.

Er worden bij deze onderneming voornamelijk positieve punten genoemd. Ook wordt een aantal keer gesteld dat mensen hierbij geen nadelen kunnen ondervinden. Wel wordt er meerdere malen opgemerkt dat dit een commerciële onderneming is met een sociale uitstraling. Professioneel gezien lijken ambtenaren hiertegen helemaal geen bezwaar tegen te hebben, maar er wordt een aantal keer aangehaald dat dit geen sociaal ondernemerschap is. Het heeft slechts die uitstraling. Hier lijkt ook het eerder aangehaalde citaat *“Ik heb de vragen bekeken. Ik heb hier helemaal niets mee, met andere woorden: hier wordt in veel gevallen het sociale gevoel marketingtechnisch dan wel kostentechnisch misbruikt”* op van toepassing. Deze respondent weigerde zelfs de vragenlijst in te vullen.

6.1.2. Keerzijdes

Voornamelijk praktische punten komen hierbij aanbod. Het project valt of staat met het aanbod. Alleen als er veel aanbod is, dan kan een onderneming als MyWheels werken, want als er maar een paar auto's per stad beschikbaar zijn, dan werkt het niet. Als de marketing goed is, dan kan het een soort olievlekeffect hebben. Stel je woont in Amsterdam, dan wil je geen auto hebben. Het is slim gebruik maken van internet en ondernemerschap om de behoefte te vermarkten. De ondernemer brengt het heel erg slim door de sociale cohesie en het milieubewuste aspect. Sommige ambtenaren zien problemen doordat de risico's onderling worden opgelost, dit verhoogt de drempel voor de verhuurder.

MyWheels wordt als organisatie dan ook niet echt interessant gevonden. Het heeft volgens vele geïnterviewde ambtenaren geen ideële doelstelling. *“Prima initiatief. Nog beter als daar ook veel gebruik van gemaakt wordt. Verder heb ik hier geen mening over.”* Daarnaast wordt er door veel geïnterviewde ambtenaren getwijfeld aan de levensduur van deze onderneming. Meerdere keren wordt gesteld dat men geen gebruik wil maken van de service van deze onderneming. Dit komt door de mogelijke onbetrouwbaarheid van andere auto's en het praktisch regelen lijkt onhandig.

6.2. Beelden van ondernemers

6.2.1. Kwaliteiten

Wat veel geïnterviewde ondernemers opvalt is dat het concept van MyWheels veel minder mensgericht is en meer naar spullen kijkt. Het is wel duurzaam, maar het gaat meer om verantwoord ondernemerschap. MyWheels is betrokken bij een schone samenleving. Het zou ook mooi zijn als mensen samen de duurzaamheidsproblemen kunnen oplossen. Het wordt gezien als een prima initiatief, dat voornamelijk veel in de crisis kan betekenen. Aangegeven wordt dat mensen ten tijde van crisis liever geen auto kopen, zelfs niet na de uitspraak van Rutte *“Laten we wél die auto kopen!”*.

De bewustwording van autorijden wordt door veel ondervraagde ondernemers gezien als een kwaliteit. Mensen zijn hierdoor bewuster bezig met wanneer zij een auto gebruiken. Op die manier worden mensen creatiever in de vervoerswijze en pakken mensen veel minder snel de auto.

Meerdere ondervraagde ondernemers geven aan dat ze de financiering erg interessant vinden. Doordat klanten financiers kunnen worden, bestaat het concept zonder financiële verplichtingen met banken en hierdoor kan het concept blijven bestaan.

Het ondernemersduo van het Thomashuis dat geïnterviewd is in het kader van het onderzoek gaf aan zelf te overwegen om GreenWheels in hun vorige gemeente te introduceren. GreenWheels is een autoverhuurbedrijf met verschillende uitgiftepunten in de stad, zodat er altijd een auto in de buurt staat die huurders snel kunnen meenemen. Ze hadden dit dan gepland bij een pleintje bij hun op de hoek, zodat ze er ook zelf dicht bij zaten. Het concept van MyWheels spreekt het ondernemersduo erg aan. Ze zijn hier een tijdje mee bezig geweest om het op te zetten, maar het was in die gemeente niet haalbaar. Het principe is erg mooi. Auto's zijn vervuilend

en nemen veel plek in beslag. De ANWB bood op een gegeven ook een dergelijk initiatief aan, maar uiteindelijk bleek de aanschaf van een klein en ouder autootje goedkoper. Dat is waarschijnlijk bij dit initiatief ook. Het ligt er heel erg aan hoe vaak je gebruik wilt maken van de dienst, of het rendabel is. Bij regelmatig gebruik is het al snel goedkoper om een kleine auto aan te schaffen.

6.2.2. Keerzijdes

Vanuit veel verschillende hoeken komt de opmerking dat het een mooi initiatief is dat zeker kan werken als het veel naamsbekendheid heeft. Het concept wordt niet in twijfel getrokken, alleen de uitwerking wel. Bijvoorbeeld over de manier waarop boetes die gereden zijn door huurders afgehandeld worden. Er wordt verwezen naar meneer Visser (de rijdende rechter). Het samen oplossen zou fantastisch zijn, maar als je bij de rijdende rechter ziet hoe vaak de meest onnozele zaken voor de rechter komen, omdat mensen elkaar niet willen verstaan en geen compromissen willen sluiten is het de vraag of het huurder en verhuurder lukt om hier samen uit te komen. Dit wordt vaker beaamd, als je de auto van de buurman pakt ligt het erg gevoelig als je deze kapot maakt. Auto's zijn soms heilig. De ondernemers geven wel aan dat ze zien dat de huurders die gebruik maken van de service ruimdenkend zijn over auto's. Maar doordat je te maken hebt met mensen uit de buurt is het wel dichtbij en dat kan voor ellende zorgen. Bij een gewoon verhuurbedrijf is alles een stuk zakelijker geregeld. Volgens het ondernemersduo van het Thomashuis zit GreenWheels niet met de keerzijde van MyWheels, doordat dat auto van de overkoepelende onderneming is en niet van een particulier. Een ondernemer maakt een vergelijking met de provo's. Toen was er de idealistische gedachte om iedereen met witte fietsen te laten rijden. Het idee was prachtig, maar uiteindelijk waren er allemaal kapotte fietsen. Soms moet ergens een goede organisatie boven zitten. De basisgedachte is wel goed.

Daarnaast komen de ondernemers met veel praktische bezwaren. Het is namelijk niet zo dat je 'even' de auto pakt. Er komt veel geplan bij kijken. Ook wordt opgemerkt dat dit mensen mobieler kan maken, voornamelijk in gebieden waar het openbaar vervoer minder flexibel is. Dit is dan ook handig in de kleinere gemeenten en het buitengebied. Maar het aanbod zit vooral in de grotere steden en juist niet in gebieden waar de bevolkingsdichtheid kleiner is. Dit concept zal niet werken als de afstanden tussen de auto's te groot is.

"Persoonlijk ben ik hier een beetje allergisch voor. Ik zou hier nooit gebruik van maken. Al dat geregeld en dat geplan. Als concept kan het werken, het is meer dat het onpraktisch is."

Er wordt ook getwijfeld aan de milieuvriendelijkheid van de auto's. Op de website staan ook veel minder milieuvriendelijke auto's.

6.3. Beelden van burgers

6.3.1. Kwaliteiten

Een aantal burgers vindt het initiatief goed bedacht: iemand die tijdelijk een auto nodig heeft en hier niet de hoofdprijs voor wil betalen, kan een auto huren van een buurtgenoot. Dit scheelt tijd en geld. En in financiële zin levert het geld op voor de mensen die hun auto niet gebruiken. Bovendien ontstaat de mogelijkheid in een grote diversiteit aan 'auto's te rijden, wat wellicht de aanschaf van een eigen auto in de toekomst vergemakkelijkt. Daarnaast is het goed voor het milieu. Een tweede auto die stil staat mag dan wel niets verbruiken, toch kost het energie en grondstoffen om hem te produceren. Veel auto's op straat doet het straatbeeld bovendien geen goed. Deze manier van 'delen' heeft dus een goede uitwerking op het milieu. Een andere kwaliteit die aan bod komt is dat het goed is om elkaar te helpen door middel van ruilmiddelen. Sommige mensen hebben het geld niet om een auto te kopen en te onderhouden, maar vinden het gebruik van een auto wel noodzakelijk. Door alleen te betalen voor de gemaakte kilometers wordt het gebruik van een auto goedkoop. Er ontstaat dan een soort samenhorigheidsgevoel. In tegenstelling tot de eerste twee

ondernemingen gaat het bij deze onderneming niet om publiek geld, het risico ligt bij de ondernemer. Het is belangrijk hier dat het privaat geld is.

“Dit vind ik echt een heel mooi initiatief, dat meerdere problemen tegelijkertijd aan pakt! Hier zou ik echt geen keerzijde bij kunnen bedenken.”

6.3.2. Keerzijdes

Toch kunnen veel burgers wel keerzijdes bedenken. Sowieso geven weinig burgers aan zelf van de dienst gebruik te willen maken. Ofwel omdat ze bang zijn dat er iets met de auto van iemand anders gebeurt, dan wel dat iemand anders hun eigen auto beschadigd of vies inlevert. Mede door het systeem wat MyWheels hanteert voor de afhandeling van boetes, willen mensen geen gebruik maken van de diensten. Doordat huurder en verhuurder de betaling van boetes onderling moeten regelen kunnen ellenlange discussies ontstaan tussen degene die zijn auto aanbiedt en degene die de overlast veroorzaakt. Het is volgens velen fijner om een auto via MyWheels te gebruiken, omdat die onderneming ook de overlast voor haar rekening neemt. Het is verder niet praktisch om autogebruik zo te regelen en het lijkt goedkoper te zijn om zelf een kleine auto aan te schaffen.

Ondanks de genoemde kwaliteiten is het opvallend dat MyWheels door een groot deel van de burgers niet als een sociale onderneming wordt gezien. Het sociale aspect wordt erg weinig erkend. Dat er sociale impact gemaakt zou worden, wordt gezien als een verkooppraatje. Mensen kunnen geld verdienen door hun auto te delen, dat is geen sociale impact. Ook het effect op het milieu wordt gezien als een mooi praatje.

“Dit klinkt als een onderneming die in de praktijk eigenlijk een autoverhuurder is. Ik vind dat er weinig zekerheid geboden wordt voor de particulieren die hun auto te huur aanbieden. Het is in mijn ogen een ondernemer die slapend rijk wil worden.”

“Ik zie van deze sociale ondernemer niet echt het voordeel of de maatschappelijke meerwaarde”.

6.4. Vergelijkende analyse

Opvallend is dat MyWheels veel minder reacties oproept dan de overige drie ondernemingen. De meeste mensen, vanuit alle drie de groepen, hebben niet heel veel met deze onderneming. De meeste geïnterviewde benaderen deze onderneming vanuit persoonlijk oogpunt en niet vanuit hun professie. Professioneel gezien hebben ambtenaren in ieder geval geen bezwaren tegen ondernemingen als MyWheels. Een enkeling geeft aan dat het fijn is dat een particulier zich bezig houdt met klimaatverplichtingen.

Er zijn drie verschillende frames rondom MyWheels die voor alle drie de groepen gelden:

1. *Het onverschillige frame*
Mensen zien een onderneming als MyWheels niet zien als sociaal ondernemerschap. Veel respondenten hebben het idee dat MyWheels het sociale aspect van de onderneming alleen gebruikt als een verkooppraatje en voor een milieuvriendelijke uitstraling. Op deze manier wordt er veel gesproken over MyWheels. Het is niet zo dat de respondenten hier een negatief frame hanteren. Er is meer sprake van een onverschillig perspectief: een onderneming als MyWheels kan geen kwaad, want het wordt niet betaald vanuit overheids gelden.
2. *Niets mis mee frame*
Het tweede frame is dat de respondenten het een leuk initiatief vinden en hier weinig keerzijdes bij kunnen bedenken.
3. *Slecht concept frame*
Houdt in dat het MyWheels concept niet werkt en dat mensen hier geen gebruik van willen maken.

Er zijn geen verschillen in de perspectieven van ambtenaren, ondernemers en burgers op MyWheels. Dit kan komen doordat de respondenten vanuit een persoonlijk perspectief hebben gekeken naar MyWheels.

7. Beelden rondom sociale onderneming WakaWaka

Welke beelden hebben ambtenaren, (sociaal) ondernemers en burgers van de kwaliteiten en keerzijdes van sociale onderneming WakaWaka en hoe verhouden die zich tot elkaar?

WakaWaka is een ledlampje dat zonlicht omzet in leeslicht. Laad het lampje op met acht uur zonlicht en je hebt zestien uur licht. De nieuwste vinding is WakaWaka power: een lichtgewicht oplaadbare accu om je telefoon of iPad mee op te laden. WakaWaka wil gevaarlijke en veelgebruikte kerosinelampen in ontwikkelingslanden vervangen door veilige en toegankelijke zonne-energie. Met de aankoop van een WakaWaka power of het lampje sponsor je tegelijkertijd een lampje voor een ontwikkelingsland. Door licht te brengen op plekken waar eerder geen licht was maakt WakaWaka het verschil voor mensen onder de armoedegrens. Met dit licht kunnen zij lezen, leren en zich ontwikkelen. Bovendien verminderen de lampen CO₂-uitstoot, doordat zij een alternatief bieden voor de vervuilende kerosinelampen (WakaWaka, 2014).

“Bovendien zijn de laatste cases belachelijk c.q. lachwekkend. Nu kan het je doel zijn om mensen te confronteren met belachelijke organisatievormen, maar geef dan een uitleg van je doelstelling en maak van tevoren excuus voor de kwaliteit van de voorbeeld-organisaties.”

Deze opmerking werd gemaild naar aanleiding van de vragenlijst. Bovenstaande reactie laat zien dat de cases die gebruik zijn in dit onderzoek hebben geleid tot uiteenlopende meningen. De respondent was in de veronderstelling dat de verschillende ondernemingen fictief waren. In een andere e-mail schreef iemand dat deze naar aanleiding van het interview een WakaWaka lampje had gekocht.

Hieronder wordt de zelfde structuur aangehouden als in de eerste drie hoofdstukken van de analyse. In de vergelijkende paragraaf wordt er niet gekeken naar een framing contest, maar naar verschillende frames die naast elkaar bestaan.

7.1. Beelden van ambtenaren

7.1.1. Kwaliteiten

WakaWaka wordt voornamelijk gezien als een origineel en mooi initiatief. *“Ik vind het geweldig. Idee is prachtig en het werkt vooral voor mensen in Derdewereld landen. Bij WakaWaka kan ik niets negatiefs vinden.”* Het is daarnaast erg handig, bijvoorbeeld bij het kamperen. De prijs valt mee voor sommige geïnterviewden, *“als je ziet dat het milieuvriendelijk is, handig voor jezelf en andere worden geholpen.”* WakaWaka wordt gezien als een goed doel waarbij het moeilijk is om tegen te zijn. Niemand kan tegen duurzaamheid zijn of tegen een beter milieu. WakaWaka werkt zonder subsidie.

7.1.2. Keerzijdes

Verschillende ambtenaren zien WakaWaka, ondanks het mooie initiatief als een commercieel verhaal. Eén van de ambtenaren vertelde over een ontmoeting met Greenfox, een sociale onderneming waar als sociale werkvoorziening TL-bakken worden gemaakt. Het gaat dan om veel zuinigere TL-bakken. Mensen konden via de sociale werkvoorziening de producten maken. Zelden had de geïnterviewde zo een commerciële man

ontmoet. *“Dit is in principe niet erg, maar er moet een balans zijn. Enerzijds gaat het om een verdienend vermogen en daarnaast om goed te zijn voor elkaar.”*

Sommige ambtenaren twijfelen of de lampjes wel terecht komen bij mensen in ontwikkelingslanden. Bij dit soort initiatieven wordt gesteld dat het lastig is om te zien waar het geld blijft. Meerdere ambtenaren geven aan dat zij denken dat het geld vaak blijft het plakken bij de organisatie. Ook is er geen keus voor de distributie van de producten. *“Ik kots op groen als de revenuen niet terecht komen waar ze moeten komen.”*

Verschillende ambtenaren geven aan dat ze meer hebben met Fairtrade producten. Door Fairtrade producten te kopen zorg je voor werkcreatie ter plekke. Dat werkt vaak beter dan dat er materiaal of lampjes naar toe worden gestuurd. Mensen hebben daar meer aan een baan dan aan een lampje. *“Laat de gehele keten uitvoeren door de mensen in de ontwikkelingslanden, zo creëer je werkgelegenheid.”*

Er worden ook vragen gesteld over de uitstoot van de productie van dit materiaal. Daarnaast vragen over hoe er wordt om gegaan met de accu's die niet meer voldoen. Is dat vervuiling?

7.2. Beelden van ondernemers

7.2.1. Kwaliteiten

Ondernemers vinden WakaWaka een super mooi initiatief. Het concept brengt mensen bij elkaar. Het is milieuvriendelijk en draagt bij aan de leefomstandigheden in ontwikkelingslanden. *“De kwaliteiten lijken me evident.”*

Een alternatieve gedachtegang kan leiden tot mooie initiatieven, zoals WakaWaka of afhalen.nl. Ondernemers vinden het inspirerend dat er zoveel enthousiasme is. *“Noem me dan maar een idealist.”* Het initiatief wordt door veel verschillende ondernemers toegejuicht, niet alleen voor de ontwikkelingslanden, maar ook voor in de westerse samenleving. Veel ondernemers zien dan ook geen keerzijdes bij dit initiatief.

7.2.2. Keerzijdes

Wel is vaak de reactie: *“super, maar waarom niet daar?”*. Verschillende ondernemers geven aan dat ze tegen de vorm van ontwikkelingshulp zijn die WakaWaka biedt. Het gaat niet om spullen sturen naar ontwikkelingslanden, maar om kennis sturen en om coaching en opleiding. Nu krijgen de mensen in ontwikkelingslanden een vis, maar geen hengel. Het probleem wordt zo tijdelijk ondervangen, maar het gaat erom dat mensen in ontwikkelingslanden worden opgeleid en het probleem structureel wordt opgelost. Ondernemers vinden dat de mensen in ontwikkelingslanden beter kunnen leren werken en dat ondernemingen als WakaWaka beter naar de ontwikkelingslanden kunnen gaan, zodat de mensen daar zien hoe zij het zelf kunnen, in plaats van ze het op te leggen. Het vertrekpunt is dan anders.

Daarnaast vroegen sommige ondernemers zich af of de spullen wel terecht komen waar ze terecht moeten komen. Het risico bestaat dat de gesponsorde lampjes niet bij de juiste doelgroep terecht komen, zoals vaker voorkomt bij geld en goederen in ontwikkelingslanden. Deze reacties volgden wel pas nadat er nadrukkelijk gevraagd werd naar de keerzijdes.

7.3. Beelden van burgers

7.3.1. Kwaliteiten

De meeste burgers vinden WakaWaka een goed initiatief. Verlichting op zonne-energie is milieuvriendelijk, veiliger en sociaal verantwoord voor ontwikkelingslanden. Het is een project waar sommige burgers helemaal geen keerzijdes bij kunnen ontdekken. De duurzaamheid en het helpen van mensen in ontwikkelingslanden spreekt de meeste burgers heel erg aan. Licht wordt gezien als het vergroten van de kwaliteit van het leven. Het komt over als een zeer goed doordacht idee, waarbij de rijkere delen van de wereld in staat worden gesteld om armere gebieden te helpen. Het brengen van licht en de vermindering van kerosinedampen, verlengt mogelijk de levensverwachting van de armere bevolking op aarde. Daarnaast voorziet de onderneming in de behoefte van veel burgers aan een lichtgewicht accu voor als geen netstroom aanwezig is. Het is mooi dat er een ondernemer is die zich het lot van de mensen in ontwikkelingslanden aantrekt. Dit lampje zal zijn steentje bijdragen aan de educatie in die landen. Ontwikkeling begint vaak bij educatie. Meerdere mensen die voor het eerst van dit initiatief horen zijn positief verrast en enthousiast.

7.3.2. Keerzijdes

Maar zoals uit de inleiding van dit hoofdstuk bleek, zijn er ook burgers die WakaWaka een belachelijke organisatie vinden en zijn er burgers die twijfelen aan de doelstellingen van de ondernemer. Zij spreken van misbruik van de term sociaal ondernemerschap: er is een mooi lampje ontwikkeld en het sociale verhaal erachter is een perfecte marketingstunt om er geld aan te verdienen. *“Niet voor niets zegt men in de marketing dat je iets goeds bij je product moet zeggen als je product niet heel goed is.”* Er wordt een aantal keer gesproken over het *“plakken van een sociaal label”*. Er is sprake van het aanspreken van mensen op hun empathisch vermogen. Als dit slechts bedoeld is voor de verkoop, dan is het slecht om daar aanspraak op te maken.

Daarnaast trekken sommige burgers de impact op de ontwikkeling in de ontwikkelingslanden in twijfel. Niet alleen een lampje is nodig voor educatie, er zijn ook boeken en schrijfgerei nodig. Dat aspect negeert WakaWaka. Andere burgers beamen dat andere zaken meer prioriteit lijken te hebben. Ook is de vraag naar de lampjes hier niet zo aanwezig, er zijn hier genoeg stopcontacten. Het is eerder om andere mensen te helpen, maar dat kan ook op heel veel andere manieren.

Bovendien roept deze onderneming bij verschillende burgers de vraag op waar het geld terecht komt. Of dat het lampje wel op de juiste plek terecht komt. Zoals blijkt uit onderstaand voorbeeld.

“Tegenwoordig (meer dan ooit na het Alpe D’huZes verhaal) roept deze charity case de vraag op of het extra geld dat men betaalt voor een LED-lampje ook daadwerkelijk in de ontwikkelingslanden terecht komt. Of betalen we met z’n allen de bonus van de directie?”

Daarnaast worden er meerdere vragen gesteld over de productie van de lampjes. Vaak is het zo dat bij de productie van milieuvriendelijke producten alsnog veel materialen worden gebruikt of is er voor de productie zoveel energie nodig dat het maken van het product het effect van het gebruik van dat duurzame product teniet doet.

7.4. Vergelijkende analyse

Er is een duidelijke tweedeling in de frames aangaande de motieven bij deze onderneming. Bij het eerste - zeer positieve - frame ziet een groep WakaWaka als een prachtig initiatief om mensen te helpen. Terwijl een andere groep het sociale aspect van WakaWaka slechts ziet als goede marketing voor een vernuftig lampje. Bij dit ‘marketingtruc frame’ lijkt er onder de laatste groep zelfs een soort van wantrouwen te bestaan ten opzichte

van de beweegredenen van de ondernemer. Dit blijkt uit de verschillende metaforen en voorbeelden van wantrouwen en scepsis (framing devices).

Een ander frame dat geldt voor alle respondenten, is dat zij vinden dat WakaWaka ontwikkelingshulp niet op de juiste manier aanpakt. Het 'geen vissen maar hengels-frame' bevat een pleidooi voor een andere manier van ontwikkelingshulp. Een hengel geven is effectiever dan zorgen voor een continue aanvoer van vissen. Dit voorbeeld werd vaak als framing device gebruikt. Respondenten vinden WakaWaka geen slecht initiatief, maar zijn wel van mening dat de ontwikkelingshulp die de onderneming biedt beter kan worden ingevuld. De productie kan bijvoorbeeld beter in ontwikkelingslanden worden georganiseerd voor werkgelegenheid en ontwikkeling. Dit draagt bij aan de onafhankelijkheid van mensen.

Er zijn geen verschillen in de perspectieven van ambtenaren, ondernemers en burgers op WakaWaka. Een mogelijke verklaring is dat de respondenten vanuit een persoonlijk perspectief hebben gekeken naar WakaWaka.

8. Vergelijkende analyse van de beelden

Welke dynamiek ontstaat door het bestaan van verschillende beelden van ambtenaren, (sociaal) ondernemers en burgers op sociaal ondernemerschap en de realisatie van sociale ambities?

Dit hoofdstuk gaat in op de algemene verschillen tussen de drie perspectieven op de kwaliteiten en keerzijdes, zoals beschreven in de voorgaande vier hoofdstukken. Daarna worden de vergelijkende analyses uit de eerste vier hoofdstukken met elkaar in verband gebracht en geïnterpreteerd aan de hand van de theorie om te kijken welke dynamiek ontstaat. Allereerst volgt invloed van de verschillende actoren op de verschillende beelden. Vervolgens behandelt paragraaf 8.2. de invloed van verschillende frames en negatieve frames op de dynamiek rondom sociaal ondernemerschap en de realisatie van sociale ambities. Hierin komen *framing contests* en *contradictio in terminis* aan bod.

8.1. Invloed beelden van de verschillende actoren

8.1.1. Algemene verschillen en overeenkomsten

In de eerste vier hoofdstukken zijn de frames besproken die betrekking hebben op de specifieke ondernemingen. Onderstaand wordt ingegaan op en duiding gegeven aan de verschillen tussen de frames. Maar allereerst wordt de invloed van de verschillende actoren, typen en domeinen besproken op de verschillende frames.

De vier verschillende voorbeelden van sociale ondernemingen die zijn gebruikt roepen zeer uiteenlopende reacties op. Sociale ondernemingen roepen zoveel verschillende reacties op dat generaliseren bijna niet mogelijk is. Alleen al als er wordt gekeken naar de verschillende sociaal ondernemers, hun achtergronden en hun instelling dan is het bijna onvoorstelbaar dat zij onder één noemer vallen. De ondernemingen vallen onder verschillende typen en domeinen, maar dit lijkt niet van grote invloed. Respondenten kijken vooral naar de specifieke sociale onderneming, sociaal ondernemer en de betreffende maatschappelijke issue.

Bij sociaal ondernemerschap komen veel verschillende frames naar voren. Er wordt gesproken over sociaal ondernemerschap in het algemeen door bijvoorbeeld de Rijksoverheid, door wetenschappers en door de platforms die zich bezighouden met sociaal ondernemerschap, zoals Social Enterprise NL. Ook sommige sociaal ondernemers spreken over het thema in het algemeen. Andere sociaal ondernemers gaan alleen in op hun eigen onderneming en het domein waarin zij opereren. Sommige sociaal ondernemers, zoals de geïnterviewde kringloopeigenaar, weten niet eens wat sociaal ondernemerschap inhoudt. Ook verschilt het frame dat de sociaal ondernemers hanteren voor hun eigen onderneming en het frame dat zij hanteren als zij onafhankelijk kijken naar andere ondernemingen. Gemeentelijke ambtenaren spreken op twee niveaus over sociaal ondernemerschap: over de specifieke sociaal ondernemingen en over het fenomeen sociaal ondernemerschap.

Er lijkt min of meer sprake te zijn van gelijke frames voor ondernemers, ambtenaren en burgers in die zin dat deze groepen dezelfde kwaliteiten en keerzijdes zien van de sociale ondernemingen die als voorbeeld zijn gebruikt. De bevraagde groepen komen tot ongeveer dezelfde frames als de andere groepen.

De frames voor wat betreft de kwaliteiten van de sociale ondernemingen komen vaak overeen. Veel mensen, ongeacht tot welke groep zij behoren, zien dezelfde kwaliteiten. Ambtenaren hebben daarbij ook oog voor de kosten die de gemeente bespaart.

De keerzijdes van sociaal ondernemingen roepen meer verschillende frames op. De probleemdefinities bij de sociale ondernemingen wisselen door de menselijke waarden. De verschillende achtergronden van mensen

bepalen wat zij zien als een keerzijdes en kwaliteiten van sociale ondernemingen. Deze persoonlijke, menselijke waarden lijken meer bepalend voor de perceptie dan de groep waar mensen toe behoren. Een sociaal ondernemer die sociale cohesie nastreeft kijkt bijvoorbeeld anders naar de kwaliteiten en keerzijdes van een voorbeeld onderneming als De Prael dan een sociaal ondernemer die dagbesteding aanbiedt. Waar één ondernemer stelt dat protocollen bij Buurtzorg Nederland nodig zijn, omdat anders de zeer sociaal ingestelde en betrokken medewerkers zich bovenmatig inzetten voor het welzijn van de cliënt en het gevaar lopen daar zelf aan ten onder te gaan, stelt een andere ondernemer dat er controle moet zijn op sociale ondernemingen als Buurtzorg Nederland, zodat ook niet volledig gemotiveerde verpleegkundigen ook hun werk goed blijven uitvoeren. Twee verschillende frames vanuit ondernemers op het gebrek aan controle bij Buurtzorg Nederland. Sommige ondernemers zijn ook ambtenaar geweest, sommige ambtenaren zijn betrokken bij sociale ondernemingen en een betrokken burger werkt bijvoorbeeld bij een grote zorginstelling.

Uit het onderzoek blijkt dat de ondernemers wel in staat zijn om de keerzijdes van andere sociale ondernemingen te zien, maar dat zij moeilijk in staat zijn om hun eigen onderneming te beoordelen. Ambtenaren verschuiven voornamelijk de schuld naar anderen en kijken weinig naar wat de gemeente dan fout doet. Ondernemers en ambtenaren zijn zeer wel in staat zijn om kritisch en kundig te oordelen over anderen, maar betrekken dat niet vaak op zichzelf.

Uit de interviews en de vragenlijsten die voorgelegd zijn aan ambtenaren, ondernemers en burgers blijkt dat de keerzijdes die mensen zien specifiek van toepassing zijn op de specifieke voorbeeld sociale ondernemingen. De ene Brownies & Downies is de andere niet en mensen kijken dan ook naar de ondernemingen als op zichzelf staande case. Sociaal ondernemerschap is geen onderwerp wat over één kam te scheren valt. Sommige keerzijdes vallen wel onder de algemene keerzijdes van sociaal ondernemerschap, maar het gaat dan vaak om kleine zaken die van de onderneming en/of de gemeente afhankelijk zijn. Bijvoorbeeld over parkeerplaatsen, het specifieke buurthuis of vergunningen.

8.2. Invloed verschillende frames en negatieve frames

Om de invloed van het bestaan van verschillende frames te interpreteren wordt gekeken naar de framing contest rondom sociaal ondernemerschap. In paragraaf 8.2 wordt gekeken naar de invloed van het bestaan van negatieve frames.

8.2.1. Framing contest: beeldvorming sociaal ondernemerschap

Om het bestaan van de verschillende beelden te duiden, worden framing contests rondom crises gebruikt. Een crisis doorbreekt de normale gang van zaken. Dit creëert ruimte om de zaken opnieuw te definiëren, om nieuw beleid of hervormingen voor te stellen of tegenstanders in het diskrediet te brengen. In eerste plaats kunnen crises tot dan toe als vanzelfsprekende beschouwde denkbeelden de-institutionaliseren. Hoe ernstiger men de situatie vindt en hoe meer de oorzaak gezocht wordt in het huidige beleid, hoe groter de kans dat radicale hervormingen doorgevoerd kunnen worden. Nieuwe actoren of critici van de gevestigde orde kunnen een crisis gebruiken om de noodzaak van door hun gewenste hervormingen te onderstrepen. Een crisis zorgt ervoor dat oplossingen aangedragen kunnen worden. Aan de andere kant worden leiders ook geacht te verklaren waarom ze de crisis niet hebben kunnen voorkomen (Boin, et al., 2009).

De financieel-economische crisis heeft geleid tot de hedendaagse bezuinigingen op overheidsuitgaven. Deze zijn niet zonder gevolgen voor de verzorgingsstaat. Het beknibben op het stelsel van de publieke voorzieningen leidt ertoe dat sommige voorzieningen worden afgebouwd en/of schraler worden ingericht. Ook doet de overheid onder het mom van de participatiesamenleving een beroep op de samenleving om bepaalde taken over te nemen (Peeters et al., 2013). Een groeiend aantal sociaal ondernemers laat zien dat tal van burgers en ondernemers brood zien in het zelf opzetten van een voorziening die een alternatief biedt voor het

bestaande overheidsrepertoire. Dat lijkt een ideale situatie: waar de overheid terug moet treden vanwege financiële schaarste kunnen ondernemers deze ruimte benutten om alternatieve voorzieningen in te richten (Peeters et al., 2013). Toch laten de visies van ambtenaren, ondernemers en burgers op de sociale ondernemingen in de eerste vier hoofdstukken zien dat het niet zo simpel ligt.

In deze financiële crisis zijn er meerdere frames op de verschillende veranderingen en sociaal ondernemerschap. Er bestaan verschillende frames rondom de nieuwe ruimte die ontstaan is door de crisis. In dit hoofdstuk wordt gekeken naar de framing van de groepen. Die frames worden bekeken aan de hand van framing contest: concurrerende interpretaties van een situatie die door actoren worden gebruikt om de door de crisis gecreëerde ruimte naar hun hand te zetten. Zoals eerder aangegeven, is niet bij alle verschillende sociale ondernemingen sprake van volledige framing contest. Wel bestaan er verschillende frames rondom de sociale ondernemingen. Door de verschillende frames die bestaan rondom de specifieke ondernemingen en het fenomeen sociaal ondernemerschap, op specifieke niveaus en rond specifieke vragen, ontstaan er wel framing contests. Hieronder zullen de verschillende framing contests worden uitgewerkt.

Framing contest 1: hoe belangrijk en betekenisvol is sociaal ondernemerschap

De meeste geïnterviewde ambtenaren staan positief tegenover sociaal ondernemerschap. Zij zien dat gemeentes heel veel aan hen kunnen hebben. Dit wordt ook zo geframed door de centrale overheid. Sociaal ondernemerschap is de belofte op het gebied van publieke taken. De overheid stuurt de gemeente erg op het omarmen van sociaal ondernemerschap en burgerinitiatieven. *“Het lijkt alsof de rol van de overheid is uitgespeeld”*, zo stelt een beleidsambtenaar. De gemeentes zijn zich bewust van hun nieuwe rol en zijn dan ook geïnteresseerd in de sociale ondernemingen. Maar meestal kijken ambtenaren naar de specifieke ondernemingen. Bij de meeste voorbeeld casus ontstaat dan ook geen discussie over sociaal ondernemerschap, maar over de mate waarin en de wijze waarop de specifieke sociale ondernemingen zijn ingericht. Ambtenaren, ondernemers en burgers zijn het allemaal eens over de kwaliteiten van Buurtzorg Nederland. De ambtenaren zien alleen wel het belang in van enige controle en richtlijnen. Uiteindelijk zijn zij straks ook medeverantwoordelijk voor de zorg in hun gemeente. Uit de interviews met mensen uit de verschillende groepen, blijkt dan ook dat mensen overall enthousiast zijn, maar dat er wel keerzijdes worden gezien. De verhoudingen tussen ambtenaren en ondernemers lijken onder invloed van verschillende frames.

De eerste framing contest gaat over de vergelijking van de aard en ernst bij de crisis. Beide groepen zijn het erover eens dat de huidige manier waarop publieke taken zijn ingericht moet veranderen. De ondernemers zien de crisis en ook sociaal ondernemerschap als een kans om het falende beleid van de status quo te verbeteren. Ambtenaren zien ook de ernst van de onhoudbare situatie en vinden dat er iets moet veranderen, maar in plaats van de ernst te maximaliseren, erkennen zij de situatie.

Framing contest 2 en 3: wat is de impact van sociaal ondernemerschap

Verschiedende frames komen naar voren bij een Kinderboerderij georganiseerd als wijkonderneming. De bestuursleden hebben het gevoel tegen een muur op te lopen als zij iets van de gemeente gedaan willen krijgen. Er bestaan allerlei regeltjes waar zij aan moeten voldoen van de gemeente. Zij stellen zelf dat de gemeente blij moet zijn met gekken zoals zij, die zoveel tijd en energie in de wijkvoorziening stoppen. De wethouder geeft aan dat het college ook blij is met actieve, ondernemende burgers. De schuld van de trage bureaucratie wordt toegeschoven aan de onwil van de vorige colleges. De verklaring die hiervoor wordt gegeven is dat op dat moment nog de opvatting heerste dat burgers niet voor zich zelf konden zorgen en dat de overheid voor het welzijn van de burgers moest zorgen, met alle regels en voorschriften van dien. Nu stelt de wethouder dat de koers met het nieuwe college is gewijzigd. *“Maar die omslag is nog niet doorgedrongen bij de mensen van de kinderboerderij”*, aldus de wethouder (Kooijmans, 2013). Hij geeft daarbij aan dat het niet alleen woorden zijn, maar dat er ook allerlei maatregelen zijn genomen om de overgang mogelijk te maken. Ze willen sowieso minder regels en ze hebben iemand aangesteld die ondernemers kan begeleiden in het ‘woud van regels’, de zogeheten ‘groene-golf-ambtenaar’. De ondernemers loven deze ambtenaar, maar merken

weinig van de werkelijke omslag (Kooijman, 2013). Om de knelpunten op te lossen waar de kinderboerderij tegenaan liep, zijn alle partijen om de tafel gaan zitten om de knelpunten te inventariseren en samen naar oplossingen te zoeken (Kooijmans, 2013).

De groene-golf-ambtenaar geeft aan; *“We moeten meer van buiten naar binnen denken. Niet het idee hebben dat wij weten wat goed is voor de wereld. Natuurlijk zijn wij ervoor om belangen af te wegen, en een eigen visie daarbij mag best. Maar we moeten ook luisteren naar de mensen om wie het gaat.”* (Kooijmans, 2013).

Uit het voorbeeld komen een paar frames naar voren. Allereerst probeert de overheid met het framing device de ‘groene-golf-ambtenaar’ te framen dat zij ruimte willen maken voor ondernemers. Een ambtenaar die alle gemeentelijke stoplichten op groen kan zetten. De suggestie wordt hiermee gewekt dat de overheid bereid is om ondernemers te helpen. In tegenstelling wat het artikel weer suggereert dat de ondernemers als ‘boeven’ worden gezien door de overheid. Verschillende partijen verschuiven telkens schuld en framen hun eigen goede bedoelingen. Dit is ook te zien bij eerder genoemde voorbeelden, zoals Buurtzorg Nederland.

Bij bovenstaande onderneming gaat het bijvoorbeeld om problemen als de hoeveelheid parkeerplaatsen. Dit zijn problemen die niet in het algemeen gelden. Algemeen kan worden gesteld dat de regels en de bureaucratie van de gemeente zorgen voor problemen. De gemeente stelt dat zij bezig zijn met een omslag. Of zoals algemeen geframed wordt bij de decentralisaties, is er sprake van *de Kanteling* (TransitieBureau, 2012). Maar zoals bij het voorbeeld ook naar voren komt dat ondernemers de omslag nog niet merken.

Uit de verschillende voorbeelden die zijn gebruikt in het onderzoek en uit de gesprekken met ondernemers komt naar voren dat zij vooral een ander frame hebben dan ambtenaren wanneer het op hun eigen onderneming aankomt. Ze hanteren dubbelmoraal. De ondernemers zijn wel in staat om bij andere ondernemingen keerzijdes te zien en zien dan bijna dezelfde keerzijdes als ambtenaren. Maar het blijkt dat ondernemers het lastig vinden om keerzijdes aan te wijzen voor hun eigen onderneming. Het is voor hen makkelijker om de schuld te centreren. Er lijkt weinig sprake van reflectie. Hierdoor is er weinig discussie mogelijk en zo komen de ondernemingen tegenover de overheid te staan. De overheid lijkt in taal in ieder geval toenadering te zoeken. Maar als de overheid slechts toenadering zoekt in taal en er geen daadwerkelijke verandering merkbaar is, kan de overheid hiermee een langdurige beleidsimpasse tot stand brengen.

Doordat de huidige situatie niet langer houdbaar is, verschuift het debat naar de framing contest over de oorzaken van de situatie en de verantwoordelijken daarvan. Hierbij gaat het over het ontstaan van de huidige situatie van sociaal ondernemerschap en de impact van sociaal ondernemerschap. Volgens zowel ambtenaren als ondernemers waren de oorzaken waardoor de huidige situatie is ontstaan te overzien, het waren controleerbare, maar gemiste factoren. Echter verschillen zij van mening over wie er verantwoordelijk is voor de oorzaak. Wie krijgt de schuld? Ambtenaren schuiven veel schuld af naar bijvoorbeeld de Rijksoverheid, eerdere colleges of de ‘systemen’. Door deze gespreide schuld of schuld mijding is er een kans op het behoud van de eigen reputatie. De sociaal ondernemers centreren de schuld naar het huidige systeem of specifiekere ambtenaren en bureaucratie. Er lijkt weinig sprake van (volledige) acceptatie van verantwoordelijkheid door de gevestigde orde. Daarnaast schuiven ondernemers ook eerder schuld af dan dat zij reflectief kijken naar wat er verbeterd kan worden aan de specifieke sociale ondernemingen.

Framing contest 4: wat is de rol van de overheid en van sociale ondernemingen

Het ging in het onderzoek voornamelijk over de perceptie op de kwaliteiten en keerzijdes. In de interviews ging het echter vaak al snel al over de mogelijke oplossingen en maatregelen. Voor de perceptie op de maatregelen die genomen moeten worden lijkt de groep waartoe mensen behoren - ambtenaren, ondernemers of burgers - meer bepalend. Ondernemers hebben dan weer een ander perspectief dan ambtenaren. Nog steeds gelden er verschillende frames binnen een groep. De ondernemers zien sociale ondernemingen al snel als oplossing voor de maatschappelijke problemen. Vanwege de keerzijdes zullen ambtenaren eerder geneigd zijn om te zeggen “Ja, maar...”, terwijl ondernemers de keerzijdes van sociaal ondernemerschap eerder voor lief nemen. Burgers

zijn erg verdeeld. Doordat ambtenaren al snel kritiek opwerpen voelen ondernemers zich niet vertrouwd. Zo blijven ondernemers tegenover de ambtenaren staan.

Bij ambtenaren is te zien dat zij meer afwegingen moeten maken dan ondernemers en burgers. Zij hebben altijd te maken met de spanning tussen taak en budget. Ondernemers geloven in hun kunnen en idealen en starten daarmee iets op. *“Grappig, ik denk altijd dat iedereen ook vindt wat ik denk. Iemand anders ziet toch geen andere nadelen dan ik?”*, is een tekenend citaat. Uiteraard gaat niet voor alle ondernemers op dat zij in de veronderstelling zijn dat er geen andere meningen zijn, maar zij hoeven vanuit hun functie geen rekening te houden met de belangen en percepties van alle andere stakeholders. Voor ambtenaren is het nodig dat zij kennis nemen van de verschillende frames rondom een issue om alle belangen af te kunnen wegen.

In de bijeenkomsten rondom sociaal ondernemerschap met ambtenaren en ondernemers komt veel naar voren dat de frictie ontstaat doordat er twee verschillende systemen bestaan: het oude en het nieuwe. Ondernemers en ambtenaren spreken steeds heel algemeen over het sociaal ondernemerschap en over de noodzaak dat ambtenaren meer moeten los laten om sociaal ondernemerschap de ruimte te geven. Systemen moeten worden omgegooid om ruimte te maken voor ondernemers. Dit heeft betrekking op de vierde framing contest, waarbij het gaat over de lessen die uit een crisis getrokken kunnen worden. Toont de crisis aan dat ‘het systeem’ in zijn geheel niet deugt, of moet dit systeem even worden bijgesteld? (Boin et al., 2009) De sociaal ondernemers, oftewel de *change agents*, zijn de spelers die beleidsverandering voorstaan en die moeten beslissen of ze verwachten dat de crisis de kans biedt om door het gebruik van crisisretoriek de onderliggende ideologie van bestaand beleid omver te werpen. En hoe reageert de gevestigde orde hier op? Afhankelijk van de afweging van de verschillende spelers en de machtsverhoudingen tussen deze spelers, neemt de vierde framing contest verschillende vormen aan. Als beide partijen het op scherp spelen, zal dit of een paradigmaverandering betekenen of een langdurige beleidsimpasse tot gevolg hebben. In alle andere opties is een bepaalde vorm van hervorming de meest waarschijnlijke uitkomst (Boin et al., 2009). In dit geval accepteren de gemeentes de hervormingen. De retoriek en symbolen suggereren al een nieuw paradigma. De decentralisaties en de participatiesamenleving wordt echter meer opgelegd van boven, dan dat dit paradigma voortkomt uit de gemeentes zelf. Gemeentes moeten meer gaan doen, maar met minder middelen. Het systeem van de gemeentes is volop aan verandering onderhevig. Ambtenaren zullen zich geleidelijk aanpassen. Dit is geen paradigmawisseling van de ene op de andere dag. Uit het onderzoek blijkt dat veel ambtenaren meestal voorwaardelijke en suggestieve vragen stellen die uitgaan van een worst case scenario en waaruit wantrouwen en ongedekte belangen blijken. Dat toont aan dat zij zich nog steeds verantwoordelijk voelen voor het domein Sociaal, Algemeen en Welzijn. Ze werpen daarmee een frame op en dus drempels die het beeld vormen dat die ondernemers hun verantwoordelijkheid niet nemen en alsof zij dat met hun regels wel doen.

Voor ondernemers is het moeilijk om rekening te houden met de gemeente. *“De overheid is per definitie onbetrouwbaar voor ondernemers. Je kan hier geen rekening mee houden. Iedere dag kan het anders zijn, dit is inherent aan het politieke bestel.”* Zij zien het liefste een nieuw beleidsparadigma en maken dit kenbaar door fel commentaar op de overheid of door simpelweg dingen te organiseren zonder de overheid in te schakelen en in de uitvoering tegenovergesteld te handelen ten opzichte van het handelen van de overheid. Social Enterprise NL publiceert regelmatig interviews met ondernemers. In het interview *Naar een social enterprise vriendelijke gemeente* geven ondernemers aan dat gemeentes social enterprise vriendelijk moeten worden. Dit werkt, net zoals Lakhoff stelt als ‘don’t think about a pink elephant’, volgens de kracht van ontkenning. De ontkenning van een frame is de bevestiging ervan. In dit geval framen ondernemers normale gemeente als onvriendelijk. Ondernemers geven aan dat gemeentes zich in de huidige vorm niet goed organiseren. De gemeente 2030 daarentegen, zal alleen nog maar verantwoordelijk zijn voor de taken die écht niet door de markt opgepakt kunnen worden (Social Enterprise NL, 2014b). Social Enterprise NL geeft aan dat de oplossing is dat overheidsdienaren in contact treden met sociaal ondernemers, dus met mensen een ander waardesysteem en een andere communicatiestijl. *“Wil de overheid de vruchten plukken van dit nieuwe fenomeen, dan zal zij empathie en begrip moeten opbouwen voor deze zakelijke idealisten die weinig waardering hebben voor de satus quo.”* (Hillen & Verloop, 2014). In deze zin wordt waardering gevraagd, terwijl daar geen waardering

tegenover staat. De status quo gaat over hoe de publieke voorzieningen heel lang zijn georganiseerd. De ondernemers bloeien op in de kritiek op de overheid.

De vierde framing contest gaat over de maatregelen, in dit geval over de verhouding tussen de rol van de overheid en de rol van sociale ondernemingen. De beelden rondom sociaal ondernemerschap bepalen het verloop van die framing contests. Door bovengenoemde (concurrerende) frames te hanteren ontstaat er een beleidsimpasse of een paradigmaverandering. De afwegingen, beslissingen en beelden van de ene groep, beïnvloeden de uitkomsten van de beslissingen en beelden van een andere groep. Partijen werken niet samen door wantrouwen en onzekerheid. Daardoor wordt de voor alle partijen gunstige uitkomst, oftewel het collectieve belang, niet bereikt. Voor sociaal ondernemerschap gaat dit op als de betrokken partijen alleen vanuit hun eigen frame handelen en weerstand bieden aan het andere frame. Dit gaat op voor sociaal ondernemers en ambtenaren: zij moeten niet alleen kijken vanuit hun eigen frame, maar samenwerken. Door goede onderlinge communicatie kunnen partijen hun gedrag coördineren en keuzes afstemmen. Als partijen in staat zijn om naar sociaal ondernemerschap te kijken door het frame van de andere partij, kunnen benauwende of te eenzijdige frames worden doorbroken. En kan er sprake zijn van onderhandelde hervormingen.

8.2.2. *Contradictio in terminis*

De boven genoemde framing contest gaat met name in op de verhouding tussen de status quo en de sociaal ondernemers. Andere belangrijke frames die invloed hebben zijn van burgers. Burgers zijn erg verdeeld. Zij zijn uiteindelijk degenen die gebruik moeten maken van de diensten of producten van sociale ondernemingen. De gehanteerde frames zijn niet zozeer van toepassing in een framing contest, echter zijn de frames van burgers wel van invloed op de dynamiek rondom sociaal ondernemerschap. Sociaal ondernemerschap roept bij sommige burgers een soort wantrouwen op, alsof het gaat om een verkooppraatje. Bij het horen van verschillende ondernemingen draait die houding vaak wel bij. Maar als burgers die gebruik moeten maken van deze ondernemingen in eerste instantie negatief of wantrouwend zijn dan komt sociaal ondernemerschap niet snel verder. Een ondernemer over sociale onderneming De Voedseltuin: *“De Voedseltuin wordt nog net niet beschreven als gefreubel in het groen!”*.

Hierin lijkt de paradox van het frame sociaal ondernemerschap van toepassing te zijn. Dit is overigens bij alle ondernemingen zichtbaar, de zoektocht naar balans tussen de publieke taak en commercie. Sociaal ondernemerschap is een *contradictio in terminis*: een schijnbare tegenstelling. Door ondernemen sociaal te noemen is er al sprake van framing. Voor sommige burgers komt het over als een verkooppraatje of roept het wantrouwen op als ondernemers aanspraak maken op de term sociaal. De ondernemers hebben gebruik gemaakt van een gat in de markt of van de ruimte die de overheid heeft gecreëerd. Zolang het geld niet binnen stroomt ben je een sociaal ondernemer. Zij framen zich als slachtoffer, omdat zij alles goed aanpakken en daar erg weinig waardering voor terug krijgen. Of zij framen zich als panacee voor de huidige problematiek en proberen hun goede bedoelingen te verkopen. Aan de andere kant is er het frame van de pioniers, van de ondernemers die het aandurven om een sociale onderneming op te richten en van de innovators. Dit frame wordt gebruikt zodra er wordt gesteld dat deze ondernemers geen zekerheid kunnen bieden en kwetsbaar zijn. Dan ligt de nadruk op het ondernemen en minder op het sociale. Framing is een systeem op zichzelf, waarbij te pas en te onpas van beeld wordt gewisseld. De meeste mensen die zijn ondervraagd voelen zich aangetrokken tot het sociale frame. Veel respondenten en geïnterviewden, met name burgers, zien echter ook goede commerciële kant en zoeken naar de juiste balans tussen sociaal en ondernemen. De complexiteit rondom verschillende frames die blijkt uit dit onderzoek, toont aan dat mensen uit alle groepen frames nodig lijken te hebben om een moreel oordeel te vormen over alles wat ons omgeeft.

9. Conclusie

Welke dynamiek ontstaat er door de beelden van ambtenaren, ondernemers en burgers op de kwaliteit en keerzijdes van sociaal ondernemerschap en de realisatie van sociale ambities?

In dit onderzoek is aan ambtenaren, burgers en ondernemers gevraagd om hun visie te delen op de keerzijdes en kwaliteiten van sociale ondernemingen. Zij konden van een afstand hun oordeel uitspreken, zonder dat zij daar belang bij hadden. Uit deze visies kwamen veel verschillende frames naar voren. Het doel van dit onderzoek was niet om alle frames met betrekking tot sociaal ondernemerschap bloot te leggen, maar om inzicht te geven in de dynamiek die ontstaat door het hanteren van verschillende frames. Met de gevonden frames en de theorie wordt er een antwoord gegeven op bovenstaande hoofdvraag. Allereerst wordt er ingegaan op de invloed van de verschillende actoren op de beelden rondom sociaal ondernemerschap, daarna wordt er besproken welke invloed de negatieve frames hebben op de dynamiek rondom sociaal ondernemerschap en tenslotte welke invloed het bestaan van verschillende (tegengestelde) positieve en negatieve frames daarop hebben.

De hoofdvraag komt voort uit de verwondering over het bestaan van de vele uiteenlopende beelden op sociaal ondernemerschap en welke rol de beelden hebben op de dynamiek rondom sociaal ondernemerschap. Overheid en sociaal ondernemers kunnen namelijk veel aan elkaar hebben, maar ze vinden elkaar alles behalve vanzelf. Ze werken vanuit verschillende logica's, die niet zomaar bij elkaar komen. De uitdaging is het vinden van een midden tussen deze twee groepen. Niet een midden als zouteloos compromis –van allebei net niks, of van allebei het minste -, maar een vorm waarin de overheid recht doet aan haar achterliggende waarden én sociaal ondernemers doen waarin zij goed zijn. Zodat het gedeelde doel van overheid en sociaal ondernemers, het realiseren van publieke waarde, van de grond komt. Maar zijn er rafelrandjes, ongemakkelijkheden en keerzijdes die dat weerhouden? Welke dynamiek ontstaat er door het hebben van de verschillende beelden op de kwaliteiten en keerzijdes?

9.1. Invloed verschillende actoren

Er bestaan veel verschillende frames rondom de keerzijdes en kwaliteiten van de sociale ondernemingen en sociaal ondernemerschap. Als het gaat om de sociale ondernemingen in het algemeen, niet over ondernemingen waar mensen bij betrokken zijn, dan blijkt het dat het niet alleen afhankelijk is van de groep waar iemand toe behoort welk frame wordt gehanteerd. De frames binnen de groepen verschillen namelijk al veel. Het beeld op de kwaliteiten en keerzijdes van sociale ondernemingen is vooral persoonlijk. Dit heeft met veel meer factoren te maken, dan of iemand ambtenaar, ondernemer of burger is.

De visie op de maatregelen of op de oplossingen rondom de problematiek wordt wel mede bepaald door de groep waar iemand toe behoort. Daarnaast bestaan er ook verschillende frames, doordat mensen op verschillende niveaus praten: sommige respondenten en geïnterviewden spreken over sociaal ondernemerschap in het algemeen waar andere respondenten en geïnterviewden spreken over specifieke sociale ondernemingen. Wanneer betrokken ambtenaren en ondernemers met elkaar spreken op het niveau van specifieke ondernemingen, bestaan er verschillende visies die afhankelijk zijn van de groep waar iemand toe behoort. Door deze verschillende frames op de kwaliteiten en keerzijdes wordt de dynamiek beïnvloed. Dit valt mee als mensen op het algemene niveau spreken over sociaal ondernemerschap. De tegenstellingen ontstaan als mensen spreken op verschillende niveaus, of als mensen spreken op lokaal en op het niveau van specifieke sociale ondernemingen. Aan de andere kant wordt de dynamiek beïnvloed doordat er keerzijdes worden gezien bij sociaal ondernemerschap. Deze twee invloeden op de dynamiek worden hieronder besproken.

9.2. Invloed negatieve frames

Sociaal ondernemerschap wordt door geïnterviewden en respondenten meerdere keren niet gezien als panacee voor veel maatschappelijke, publieke vraagstukken. Vooral als burgers veel bezwaren hebben, een wantrouwend frame of geen geloof in het concept hebben, dan komt sociaal ondernemerschap moeilijk verder. De rol van burgers lijkt klein in dit onderzoek, maar de verschillende frames tonen aan dat burgers niet unaniem enthousiast zijn, terwijl burgers gebruik moeten maken van deze sociale ondernemingen. Deze worden juist opgezet ten nutte van de samenleving. Sociaal ondernemers hebben nog een lange weg te gaan als zij veel publieke taken willen overnemen van de overheid. Het is dan van belang dat burgers overtuigd raken van de goede bedoelingen van de ondernemers en hun sociale concepten. Zonder een goed concept heeft een sociale onderneming, net als een normale onderneming, geen bestaansrecht.

Ook volgens ambtenaren en ondernemers zitten er keerzijdes aan sociaal ondernemerschap. Buurtzorg Nederland wordt bijvoorbeeld niet door iedereen gezien als een wondermiddel voor de zorgproblematiek. Voornamelijk ambtenaren zien de verschillende keerzijdes, omdat zij vanuit hun professie veel verschillende afwegingen moeten maken. De keerzijdes en risico's die worden gezien door de drie groepen hoeven zich niet meteen voor te zullen doen. Maar laten wel zien dat sociaal ondernemerschap niet als wondermiddel wordt gezien. Het is niet zo dat sociaal ondernemerschap per se niet verder komt omdat er meerdere visies bestaan, maar omdat het niet als wordt perfect gezien.

Zoals Social Enterprise NL ook aangeeft, gaat het om herkenning en erkenning van sociaal ondernemerschap. De sector gaat zich pas echt vormen als hier een gedeeld beeld van ontstaat en een gedeeld besef van de maatschappelijke waarde. Maar wat Social Enterprise NL er niet bij zet en wat wel belangrijk is, zijn de keerzijdes. Aandacht voor de keerzijdes van sociaal ondernemerschap is noodzakelijk om in te zien hoe sociaal ondernemerschap verder gebracht kan worden.

9.3. Invloed tegengestelde frames

Uit de deelvragen blijkt dat er niet alleen frames bestaan, maar ook dat er strijd plaats vindt tussen deze frames en de strijd kent verschillende niveaus. Er bestaan frames op sociaal ondernemerschap in het algemeen en er bestaan verschillende beelden op de kwaliteit en keerzijdes van specifieke sociale ondernemingen. Bij de Rijksoverheid, in de literatuur en bij de verschillende bijeenkomsten gaat het over de grote noties, over stromingen, paradigma's en systemen. Er wordt steeds gezocht naar de grote lijnen. Maar sociaal ondernemerschap lijkt te bestaan uit een verzameling van kleine verhalen, de lokale verhalen in combinatie met de specifieke gemeente. In dit onderzoek is er ingezoomd op een paar van deze kleine verhalen, die vaak wel een grote impact hebben. Er komen kwaliteiten en keerzijdes naar voren die in het algemeen kunnen gelden voor verschillende sociale ondernemingen. Zoals de roep om balans tussen zorg en commercie. Maar de meeste keerzijdes die worden gezien zijn min of meer verbonden aan de specifieke ondernemingen. Ambtenaren zijn dan ook niet tegen sociaal ondernemerschap an sich maar hebben het over de wijze waarop en de mate waarin. Hier is sprake van het framen op verschillende niveaus. Als er op het algemene niveau wordt gesproken, worden door alle geïnterviewden en respondenten ongeveer dezelfde kwaliteiten en keerzijdes gezien, onafhankelijk van de groep waartoe zij behoren. Maar doordat er tegelijkertijd wordt gesproken op twee verschillende niveaus ontstaat er verwarring.

Op het niveau van de specifieke ondernemingen is er namelijk wel sprake van tegenstellingen tussen de visies van ondernemers en ambtenaren. Er bestaat een tegenstelling in de visie van ondernemers en ambtenaren als het gaat over de specifieke eigen onderneming en de specifieke controverses. De ambtenaren zien specifieke keerzijdes of tegenstrijdigheden met de regels. Ondernemers staan nog tegenover de gemeente of staan helemaal los van de gemeente. Bij signalering van problemen wordt gepoogd om apart van elkaar tot een oplossing te komen. Na de probleemdefinitie wordt meestal gekozen voor een interventie of oplossing die past

bij het gesignaleerde probleem. Deze oplossing past niet bij de complexiteit van sociaal ondernemerschap, omdat het probleem als eenvoudige, geïsoleerde kwestie wordt beschouwd. Terwijl actoren en kwesties juist met elkaar verbonden zijn. Problemen komen onder andere voort uit een complex geheel van verschillende beelden, interacties en dynamieken en daarmee zou bij de oplossing rekening gehouden moeten worden.

De houding bij gemeentes lijkt te veranderen om meer ruimte te geven aan deze ontwikkelingen. Het gaat bij de gemeente om het veranderen van een systeem, maar dit geeft nog weinig duidelijkheid over wat voor impact dit heeft op de omgang met de specifieke sociale ondernemingen. Het gaat nu om de taal en het gesprek aan te durven gaan. Het is niet zomaar mogelijk het oude bestuur en oude systemen in één keer af te breken. Op een gegeven moment zal de situatie zo veranderen dat het oude systeem niet meer houdbaar is. Voor de volgende stappen is het belangrijk om de verschillende brillen toe te kunnen passen. Systemen moeten zich kunnen aanpassen. Hierbij is het dan wel belangrijk om niet alleen over het niveau van het systeem te praten, maar ook over de specifieke ondernemingen. Dit moet lokaal gebeuren, op hetzelfde niveau. Als het systeem - hier vaak de gemeente - zich wil aanpassen, dan gaat dat in stappen. De verschillende kanten, van burgers, ondernemers en ambtenaren, moeten betrokken worden. Zij moeten kennis nemen van elkaars frames om zo tot een gedeeld probleembesef te komen.

Positief geframed: *Wrijving geeft glans*. Er moet worden gekeken naar wat werkt en past bij de verschillende sociale ondernemingen en ook wat dat doet in het andere systeem: hoe werkt het bij de gemeente, bij het Rijk, bij het maatschappelijk middenveld? Wat is er nodig om die verbinding te verstevigen? Er moeten frames komen die bij allebei de werelden aansluiten en doorwerken. Aan de ene kant is er namelijk de wereld van de ondernemers, maar sociale ondernemingen moeten ook aansluiten bij de ambtelijk en bestuurlijke wereld. Als iedereen blijft framen en daarbij niet de frames van anderen probeert te begrijpen dan zal er geen contact tussen de werelden bestaan. Het eerder gebruikte citaat van Social Enterprise NL is tekenend voor de dynamiek: *“Wil de overheid de vruchten plukken van dit nieuwe fenomeen, dan zal zij empathie en begrip moeten opbouwen voor deze zakelijke idealisten die weinig waardering hebben voor de status quo.”*

De overheid moet volgens hen begrip en empathie tonen voor mensen die weinig waardering en begrip hebben voor hun werkwijze, de status quo. Wil sociaal ondernemerschap werken, dan zal er ook een gepoogd moeten worden om de frames van ambtenaren te begrijpen. Framing kan zoals hierboven worden gebruikt om iemand anders de schuld te geven, maar dan leidt het frame tot niets. Daarnaast suggereren ambtenaren een verandering door retoriek. Maar zolang het alleen bij retoriek blijft en er geen daadwerkelijke verandering plaatsvindt, leidt dit tot een beleidsimpasse waarbij beide systemen elkaar gevangen houden door verschillende frames. Het ene systeem houdt het anderen gevangen door framing in te zetten om de tegenstelling in stand te houden. Op die manier kunnen overheid en sociaal ondernemers elkaar naar believen de schuld geven en kritiek op het andere systeem benutten om hun eigen bestaansrecht aan te tonen. Maar als de overheid de publieke voorzieningen beter had georganiseerd, waren de sociale ondernemingen niet nodig en als iedereen in de samenleving zijn verantwoordelijkheid zou nemen, dan had de overheid niet al die zorg hoeven organiseren. Er is dus geen schuldige, want alle partijen zijn onderdeel van het probleem en de oplossing. Bij een complex fenomeen als sociaal ondernemerschap interacteren alle actoren met elkaar. Problemen komen niet vanuit één actor, maar vinden plaats in de context van het gehele systeem. Verantwoordelijkheid voor en veroorzaking van het probleem worden hierbij vaak verward. Evenzo geldt dat de oplossing niet bij één partij ligt, maar een gezamenlijke inspanning vraagt van de actoren van het systeem.

Door het systeem van framing ontstaan er framing contests: concurrerende interpretaties van een situatie die actoren gebruiken om de door de crisis gecreëerde ruimte voor profilering en verandering naar hun hand te zetten. Door concurrerende frames kiezen partijen niet voor samenwerking. Daardoor wordt de voor alle partijen gunstigste uitkomst, oftewel het collectieve belang, niet bereikt. Voor sociaal ondernemerschap gaat dit op als de betrokken partijen alleen vanuit hun eigen frame handelen. Het systeem verdient het te worden verbeterd en de mensen die erin willen investeren verdienen het om op instemming te kunnen rekenen. De

maatschappelijke problemen en publieke taken worden gehinderd wanneer verschillende partijen wederzijds afhankelijk van elkaar zijn en beleid per definitie alleen via een brede consensus gerealiseerd kan worden.

De strijd tussen frames kan een bedreiging zijn voor de voortgang van sociaal ondernemerschap. Bij framebotsingen zijn er twee scenario's voor een doorbraak: Bij het eerste scenario kunnen en willen de verschillende partijen elkaar in een discussie begrijpen. Op dat moment heeft het zin om argumenten uit te wisselen en zijn leereffecten mogelijk. Bij framecontroverses lijkt dat uitgesloten, partijen blijven tegenover elkaar staan. De discussie leidt tot een impasse. De partijen kunnen elkaar niet naderen en een consensus zal niet volgen door de uitwisseling van argumenten. Volgens het tweede scenario zal er dan alleen een doorbraak optreden door radicale veranderingen die leiden tot het halen van eigen gelijk en verspilling.

Wanneer de partijen spreken over verschillende niveaus van sociaal ondernemerschap, of als het gaat over specifieke ondernemingen waar ambtenaren en ondernemers bij betrokken zijn, ontstaan frame botsingen. Er is dan minder sprake van reflectie en het is makkelijker om de schuld te schuiven. Uit het onderzoek blijkt dat ambtenaren, (sociaal) ondernemers en burgers tot dezelfde frames kunnen komen als zij kijken naar sociale ondernemingen waar zij niet bij betrokken zijn. In dat geval praten zij op hetzelfde niveau. Hierdoor is het eerste doorbraakscenario mogelijk. Argumenten uitwisselen heeft dan zin. Voor een doorbraak draait het om de bereidheid tot reflectie, jezelf in de schoenen van de ander plaatsen. Als partijen niet bereid zijn om frames op elkaar af te stemmen, dan blijft er sprake van een dialoog tussen doven. Als actoren zich inleven in andere actoren kan er geleerd worden en kunnen denkkaders worden beïnvloed. Er vindt reframing plaats, waardoor leerprocessen ontstaan die zorgen voor nieuwe concepten, interpretaties, ideeën en overtuigingen rondom sociaal ondernemerschap. Pas als de verschillende stakeholders willen praten kan er een gedeeld probleembesef ontstaan en als alle stakeholders de bereidheid hebben om samen te werken, kan dat bijdragen aan de situatie waarin sociaal ondernemerschap verder komt. De mate waarin de partijen open willen staan voor elkaar en bereid zijn tot zelfreflectie zijn kritische succesfactoren om tot een nieuw gezamenlijk frame te komen.

“De redelijke mens past zich aan de wereld aan, de onredelijke mens blijft proberen de wereld aan te passen aan zichzelf. Alle vooruitgang hangt dus af van de onredelijke mens.” (Shaw, 1903)

10. Discussie

In dit onderzoek zijn de kwaliteiten en keerzijdes van sociaal ondernemerschap volgens ambtenaren, ondernemers en burgers onderzocht. Bij sociaal ondernemerschap is het aan de ene kant logisch dat de kwaliteiten worden benadrukt. Goede ideeën kunnen op die manier worden verspreid. Aan de andere kant kan er worden geleerd van de keerzijdes en fouten. Dat geldt ook voor dit onderzoek en daarom behandelt dit hoofdstuk de kwaliteiten en keerzijdes van het onderzoek. Waar heeft het onderzoek zelf aan bijgedragen? Hoe werkte de methode? Wat zijn suggesties voor vervolgonderzoek? Dit zijn vragen die achtereenvolgens worden behandeld in dit hoofdstuk.

10.1. Voor nu

Ondanks dat dit onderzoek slechts vier specifieke cases behandelde, lijken de uitkomsten belovend voor verder onderzoek. Een van de ambities van dit onderzoek was mensen opmerkzaam maken en meenemen in de kwaliteiten, dilemma's en ongemakkelijkheden van sociaal ondernemerschap door de verschillende beelden van sociaal ondernemerschap te identificeren en te expliciteren. Uit dit onderzoek zijn veel verschillende kwaliteiten en keerzijdes naar voren gekomen die van toepassing op de specifieke ondernemingen, maar soms ook op het type onderneming of sociaal ondernemerschap in het algemeen. Het is verrassend op hoeveel verschillende kwaliteiten en keerzijdes verschillende mensen gezamenlijk kunnen komen. Sommige opmerkingen en gedachten van de respondenten waren origineel en *eye opening*. Na het bestuderen van de literatuur was het duidelijk dat er verschillende kanttekeningen en keerzijdes zijn van sociaal ondernemerschap. Echter was het nog maar de vraag of mensen die deze literatuur niet kennen ook zo kritisch kunnen zijn. De respondenten zijn van tevoren onderschat. Aanvankelijk werd bijvoorbeeld verwacht dat er niet veel negativiteit of scepsis zou bestaan rondom de onderneming WakaWaka. Dit bleek wel zo te zijn. Het onderzoek heeft veel inzicht gegeven in verschillende mogelijke keerzijdes en laat zien dat ook een verschijnsel als sociaal ondernemerschap niet zonder rafelrandjes, schurend ongemak en schaduwzijden bestaat. De aangenomen houding, kritisch enthousiast, blijkt dan ook zeer toepasbaar bij sociaal ondernemerschap.

Ook toont het onderzoek aan dat ervaringen en beelden rondom sociaal ondernemerschap in feite sociale constructies zijn. Er worden verschillende interpretaties gegeven aan de werkelijkheid en daardoor bestaan er verschillende betekenissen rondom sociaal ondernemerschap. Dit is belangrijk, omdat mensen het hierdoor in veel verschillende situaties niet eens zijn over een verschijnsel, de oorzaken, de ernst ervan en de gevolgen, noch over de oplossingen.

Twee voorbeelden vielen erg op. Bij de gesprekken over MyWheels gingen veel mensen in op de vraag of zij zelf van deze service gebruik zouden willen maken. Bij ongeveer de helft kwam het erop neer dat zij dat niet zouden doen, omdat zij niet willen dat een ander hun auto vies op kapot maakt. De andere helft benaderde het anders en benaderde de kwestie vanuit de huurder en gaf aan niet het risico te willen lopen om de auto van iemand anders te beschadigen. Twee verschillende benaderingen. Een ander voorbeeld, ook genoemd in het onderzoek, gaat over de wens van controle en sturing bij Buurtzorg Nederland. Een geïnterviewde gaf aan dat dit nodig is, zodat overijverige verpleegkundigen niet overbelast zouden raken. Iemand anders gaf juist aan dat controle nodig is om niet-gemotiveerde verpleegkundigen te sturen en controleren. Het gezegde 'het glas is halfvol of half leeg' is hier goed van toepassing. Deze voorbeelden geven aan hoe eenzelfde situatie op verschillende manieren kan worden geïnterpreteerd. Dit wordt echter niet alleen bepaald door iemands beroep of functie, maar door wie iemand is als persoon. "*We do not see things as they are, we see things as we are*", is dan ook een treffend citaat voor dit onderzoek.

Bovenstaande blijkt uit het verkennende onderzoek. De (sociaal) ondernemers, ambtenaren en burgers komen gezamenlijk, wanneer zij onafhankelijk oordelen over een sociale onderneming, tot dezelfde kwaliteiten en keerzijdes. Er werden veel verschillende frames gevonden, maar dit bleek niet afhankelijk te zijn van de groep

waartoe respondenten behoorden, maar van veel meer factoren. Wel blijkt dat er verschillende kwaliteiten en keerzijdes bestaan als gesproken ambtenaren en sociaal ondernemers kijken naar sociale ondernemingen waar zij bij betrokken zijn. Er wordt dan minder gereflecteerd. Hierdoor zijn de verschillende actoren in de situaties rondom sociaal ondernemerschap het niet eens over een verschijnsel, de oorzaken van iets, de ernst ervan en de gevolgen, noch over de oplossingen. Dit zorgde ervoor dat er een bepaalde dynamiek kon worden waargenomen en voorspeld. De verhoudingen tussen de beelden rondom de sociale ondernemingen en de observaties maakt dat de dynamiek naar een hoger level kan worden getild dan alleen rondom de vier specifieke ondernemingen. Deze dynamiek laat de invloed zien van de tegengestelde beelden of frames die worden gehanteerd door ambtenaren en ondernemers.

De theorie van framing contests, van onder andere Boin, 't Hart en McConnel, was erg bruikbaar bij het analyseren van de dynamiek die ontstond door het bestaan van de verschillende frames. Deze theorie is door hen en anderen voorheen slecht in een politieke context gebruikt. Sociaal ondernemerschap is breder dan alleen politiek, daarom werd de theorie ruimer ingezet in dit onderzoek. De theorie schrijft over politici en nieuwkomers in de politieke arena, maar in dit onderzoek werd breder gekeken dan: het gaat over de gevestigde orde als de rijksoverheid en gemeentes, nieuwkomers zijn hier de sociale ondernemingen. Het blijkt dat deze theorie toepasbaar is in meerdere, bredere contexten dan slechts de politieke context.

10.2. Voor dit onderzoek

Reflecterend op de methode van dit onderzoek komen er drie punten naar voren:

1. Een ambitie van dit onderzoek was om mensen mee te nemen in het overdenken van kwaliteiten en keerzijdes van sociaal ondernemerschap. Dit is gedaan door de verschillende beelden van ambtenaren, ondernemers en burgers omtrent sociaal ondernemerschap te identificeren en expliciteren. Deze beelden geven inzicht in hoe zij denken over de keerzijdes en kwaliteiten van sociaal ondernemerschap. Dit is echter niet gebaseerd op realiteit. Deze denkbeelden zijn dan ook subjectief. Door het gekozen theoretisch kader wordt deze sociale constructie van de werkelijkheid wel ingebed. Daarnaast hebben de geïnterviewden en respondenten laten weten wat zij zien als kwaliteiten en keerzijdes op basis van beperkte informatie. Hierdoor kan er wel een beeld worden gevormd, maar is het moeilijk om op de hoogte te zijn van de werkelijke situatie. Dit hoeft geen probleem te zijn bij een onderzoek naar beelden en frames, maar het is belangrijk om in het achterhoofd te houden.
2. De methode van de inhoudsanalyse is afhankelijk van de interpretatie van de onderzoeker. Ook maakt het gekozen theoretische thema, *sociale constructie van de werkelijkheid*, het lastig om eenduidige en precieze indicatoren te bepalen. Hierdoor blijft er veel ruimte voor interpretatie. Dit is echter ook een onderdeel van de theoretische stroming, het bestaan van verschillende werkelijkheden. Men kan zich afvragen of iemand anders dezelfde frames had gehad. Het bleek moeilijk om de invloed van deze subjectiviteit te verkleinen. Daarom is bij de beantwoording van de tweede deelvraag in de hoofdstukken eerst uitgebreid ingegaan op de verschillende kwaliteiten en keerzijdes die werden gezien, zonder direct over te gaan op de analyse daarvan. Op deze manier werd het duidelijk welke voorbeelden, metaforen en argumenten werden gebruikt. Daarna is pas de koppeling gemaakt met de literatuur. Door de hoofdstukken zo in te richten, is het duidelijk hoe de antwoorden van de respondenten en geïnterviewden werden geïnterpreteerd. Dit draagt niet per se bij aan de objectiviteit, maar wel aan de transparantie rondom de subjectiviteit.
3. De grootste kanttekening bij het onderzoek is de generaliseerbaarheid van de resultaten. Het is onmogelijk na dit onderzoek een beeld te schetsen van de visie van burgers, ambtenaren en sociaal ondernemers. Het onderzoek dient dan ook meer als een verkenning van mogelijke verschillende

beelden van kwaliteiten en keerzijdes en de dynamieken die daardoor ontstaan. Nooit was het de bedoeling om alle beelden van ambtenaren, ondernemers en voornamelijk burgers in kaart te brengen. Dit betekent echter wel dat de gevonden dynamieken en beelden van de kwaliteiten en keerzijdes slechts een idee geven. Het is aannemelijk, zeker gezien de verschillende antwoorden in dit onderzoek alleen al, dat andere actoren andere beelden hanteren en dat hierdoor andere dynamieken ontstaan. Wel toont dit onderzoek aan welke dynamiek kan ontstaan als er sprake is van verschillende uiteenlopende frames. Dit toont aan dat het belangrijk is om bewust te zijn van het bestaan van verschillende perspectieven en frames. Die les is wel te generaliseren.

10.3. Voor de toekomst

Dit verkennende onderzoek laat interessante uitkomsten zien die gelegenheid bieden voor verder onderzoek.

De theorie van de framing contests bleek in dit onderzoek rondom een maatschappelijke issue zeer bruikbaar. Sociaal ondernemerschap is een complex en uiteenlopend fenomeen. Het is interessant om andere maatschappelijke vraagstukken met multi-actor, multi-issue en multi-time te analyseren aan de hand van de framing contests. Dit kan inzicht bieden in de dynamiek die ontstaat rondom een uitdagend vraagstuk.

Een kanttekening bij dit onderzoek is dat de beschreven kwaliteiten en keerzijdes zijn gebaseerd op beelden van mensen die niet betrokken zijn bij de specifieke ondernemingen. Hierdoor is het lastig om vast te stellen of de risico's zich echt voor zullen doen en of de keerzijdes reëel zijn. Nieuw onderzoek kan volgen naar de werkelijke keerzijdes rondom sociale ondernemingen door te spreken met betrokkenen van de specifieke onderneming en door te kijken naar meer feitelijke informatie, zoals werkomstandigheden, lonen, behandeling of doorstroomkansen. Meer onderzoek is nodig om aan te tonen wat de daadwerkelijke kwaliteiten en vooral keerzijdes zijn van sociaal ondernemerschap. Dit onderzoek heeft wel aangetoond dat veel keerzijdes specifiek aan een bepaalde ondernemingen gebonden zijn. Onderzoek zal zich dus vooral moeten richten op specifieke sociale ondernemingen.

In dit onderzoek is er gekeken naar de framing rondom sociaal ondernemerschap. Hierbij werden verschillende vormen van framing gevonden die door elkaar lopen. Framing kan worden gezien als de mentale pakketjes in iemand hoofd, als het venster waarmee naar de werkelijkheid gekeken kan worden. Maar framing kan ook worden gebruikt als een instrument om te sturen. Zoals in de tekst in afbeelding 1 *“Marieke wordt vrolijker van een knuffel dan van een nieuw behandelplan”* of zoals de titel *“Op naar een social enterprise vriendelijke gemeente”*. Frames en de kracht ervan vormen een mystieke werkelijkheid die uitdaagt om verder te onderzoeken. De respondenten die aan dit onderzoek deelnemen zijn zich wellicht nog onvoldoende bewust van de kracht van frames om op een strategisch niveau in te zetten voor het bereiken van een gewenst resultaat. In vervolgonderzoek is het interessant om te zien hoe sociale ondernemingen bewust framen om daarmee frames van anderen te beïnvloeden.

11. Literatuur

- Alink, F., Boin, A. & 't Hart, P. (2001). Institutional crises and reforms in policy sectors: the case of refugee policy in Europe, *Journal of European Public Policy*, vol. 8, nr. 2, p. 286–306.
- Blok, J. de & Pool, A. (2010). *Buurtzorg: menselijkheid boven bureaucratie*. Den Haag: Boom/Lemma.
- Boeije, H. (2005). *Analyseren in kwalitatief onderzoek: denken en doen*. Den Haag: Boom/Lemma
- Boin, A. (2009). *Crisis leadership in terra incognita: why meaning making is not enough*. in t Hart, P., & Tindall, K. (2009). Framing the economic downturn: crisis rhetoric and the politics of recessions. Australia New Zealand School of Government monograph, p. 309 -313.
- Bornstein, D. & Davis, S. (2010). *Social entrepreneurship: what everyone needs to know*. Oxford: Oxford University Press.
- Brabander, R., Emmerik, R. Pijpelink, P. Walraven, G. & Zoetewij, P. (2009). *Een waardevolle spagaat*. Een verkenning van sociaal ondernemerschap. Lectoraat van de stad. Appeldoorn: garant.
- Brandsen, T. (2014). Mythes rond sociale innovatie. *Openbaar Bestuur. Tijdschrift voor beleid, organisatie en politiek*, Vol. 4, p. 18-21
- Bruijn, H. de (2010). *Geert Wilders in debat: Over de framing en reframing van een politieke boodschap*. Den Haag: Lemma
- Bruijn, H. de (2011). *Framing, Over de macht van taal in de politiek*. Amsterdam/Antwerpen: Atlas Contact.
- Bruijn, H. de, Bueren, E. van & Kreiken, F. (2012b). Framing en reframing in het klimaatdebat. *Bestuurskunde*, aflevering 4, 2012.
- Bruijn, H. de, Schillemans, T. & Steen, M. van der (2012a) Framing framing, in: *Bestuurskunde*, jrg. 21, 2012, nr. 4, pp. 2-11.
- Cels, S. (2007). *Dat hoort u mij niet zeggen: hoe politici u de werkelijkheid voorspiegelen*. Amsterdam: Bakker. <http://taalstrategie.nl/wat-is-framing/>
- Dees, J.G. (2007). *Taking social entrepreneurship seriously. Transaction social science and modern society*. Vol. 44, No. 3.
- Effting, M. & Stoffelen, A. (2014). Thomashuizen gebruiken zorggeld om huur te betalen. *Volkscrant, dossier zorg*.
- Elings, M. (2014). Een uitzonderlijke vrouw: down en toch zo normaal mogelijk leven. *Volkscrant, reportage*, pp. 16-19.
- Franssen, B. & Scholten, P.G. (2007). *Handboek voor sociaal ondernemen in Nederland*. Assen: Koninklijk van Gorcum.
- Gagestein, S. (2010). *Wat is framing*. <http://taalstrategie.nl/wat-is-framing/>
- Gagestein, S. (2012). Natuurramp, bonuscultuur of kans: crisisframes: waarom frames interpretatie beïnvloeden en waarom dit onvermijdelijk is, in: *Bestuurskunde*, jrg. 21, 2012, nr. 4, pp. 11-21.

- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Gorp, B. van (2006). *Framing asiel: Indringers en slachtoffers in de pers*. Leuven: Acco.
- Gorp, B. van (2007). Het reconstrueren van frames via inductieve inhoudsanalyse: uitgangspunten en procedures. *KWALON*. Aflevering 2, 2007.
- 't Hart, P., & Tindall, K. (2009). *Framing the economic downturn: crisis rhetoric and the politics of recessions*. Canberra, ANU E-Press.
- Have, P. ten. (1999) *Inleidende teksten met suggesties en overwegingen over kwalitatieve onderzoeksmethoden*.
- Hilhorst, P. (2013). *Het sociaal-doe-het-zelf recht: denk je dat je het beter kan? Doe het dan!* http://www.joop.nl/opinies/detail/artikel/22945_het_sociaal_doe_het_zelf_recht/
- Hillen, M., Panhuijsen, S. & Verloop, W. (2014). *De social enterprise als businesspartner van de gemeente*. Social Enterprise NL
- Hillen, M. & Verloop, W. (2014). Benut de social enterprise. In: M.J.W. van Twist, N.M.H. Chin-A-Fat, J. Scherpernisse & M.A. van der Steen (Eds.), *'Ja, maar': reflecties op de participatiesamenleving*. (pp. 63-74). Den Haag: Boom/Lemma
- Hoppe, R. (1989). *Het beleidsprobleem geproblematiseerd: over beleid ontwerpen en probleemvorming*. Muiderberg: Coutinho
- Hoppe, R. (2011). *The Governance of Problems: Puzzling, Powering and Participation*. Bristol: Policy Press.
- Kerstholt, J. & Paradies, G (2014). Wat doen burgers in de participatiesamenleving? *Openbaar Bestuur: tijdschrift voor beleid & organisatie*, nummer 4, april 2014, pp. 8-11.
- Kooijman, B. (2013). De boeven van de kinderboerderij. *Binnenlands Bestuur*. 17 juni 2013. P.14-17
- Korsten, A.F.A. (1988). *Bestuurskunde als avontuur*. Deventer: Kluwer
- Korsten, A.F.A. (2005). *Deliberatieve beleidsanalyse en politiek als vorming van discourscoalities: Over het ontrafelen van discussies over identiteitsgevoelige beleidsvraagstukken*. <http://www.arnokorsten.nl>
- Korsten, A.F.A. (2007). *Wat een manager doet met beleidsproblemen*. <http://www.arnokorsten.nl/>
- Korsten, A.F.A. (2008). *Conceptualisering door 'policy framing'. Het ontwikkelen van 'frames' op een beleidsvraagstuk en het herzien ervan ('reframing')*. <http://www.arnokorsten.nl/>
- Korsten, A.F.A. (2008). *Doorbraken in controverses door reframing*. <http://www.arnokorsten.nl/>
- Korsten, A.F.A. (2013). *'Framing' in de politiek: over politiek als taalstrijd*. <http://www.arnokorsten.nl/>
- Lakoff, G. (2004). *Don't Think of an Elephant: Know Your Values and Frame the Debate*. White River: Chelsea Green Publishing.
- Lakoff, G. (2008). *The Political Mind*. New York: Viking.
- Leeszaal Rotterdam West (2014). *Over de leeszaal*. <http://www.leeszaalrotterdamwest.nl/over-de-leeszaal/>

- Mair, J. & Marti, I. (2006). *Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight*. Journal of World Business 41. P. 36- 44.
- Movisie (2014b). *Starten met sociale ondernemingen: Zes tips voor gemeentes*. <http://www.movisie.nl/artikel/starten-sociale-ondernemingen>
- Nicholls, A. (2006). *Social entrepreneurship: new models of sustainable social change*. Oxford: University press.
- NOS (2013). *Sociale bedrijven doen het goed*. <http://nos.nl/artikel/510017-sociale-bedrijven-doen-het-goed.html>
- Omroep Flevoland (2014). *20 maanden cel voor oprichtster Vrienden van Tom*. <http://www.omroepflevoland.nl/Nieuws/112106/almere-20-maanden-cel-voor-oprichtster-vrienden-van-tom?dossier=346>
- Peeters, R., Bressers, D. & Steen, M. van der. (2013). *Dilemma's en overwegingen voor de overheid bij de vorming van Social Impact Bonds*. In: Society Impact & NSOB Centrum voor Sociaal Ondernemerschap (2014). *Nieuwe financieringsvormen voor publieke waarde*. Den Haag: Ministerie BZK en Ministerie SWZ.
- Persson, M. (2013, 21 september). Het kan: sociaal, groen en een boterham verdienen. In: *Volkscrant*.
- De Prael (2014). *Bierbrouwerij: verhaal van De Prael*. <http://deprael.nl/brouwerij/verhaal-van-de-prael>
- Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling (2008). *De ontkokering voorbij: slim organiseren voor meer regelruimte*. Amsterdam: Uitgeverij SWP.
- Rein, M. & Schön, D.A. (1986). Frame-Reflective Policy Discourse, in: *Beleidsanalyse*, nr. 4, (p. 4-18).
- Rein, M., & Schön, D. (1993). Reframing Policy Discourse. In F. Fischer & J. Forrester (Eds). (Ed.), *The argumentative turn in policy analysis and planning* (p. 145-166). Duke University Press.
- Rein, M. & Schön, D. (1994). *Frame reflection: toward the resolution of intractable policy controversies*. New York: Basic Books
- RoB (2012). *Loslaten in vertrouwen: naar een nieuwe verhouding tussen overheid, markt én samenleving*. Den Haag. www.rob-rfv.nl
- Rfv (2011). *Verdelen, vertrouwen en verantwoord: een heroriëntatie op de financiële verhoudingen*. Den Haag. <http://www.rob-rfv.nl/>
- Seedco (2007). *The limits of social enterprise: a field study & case analysis*. New York, Seedco Policy Center
- Schön, D.A. & Rein, M. (1994). *Frame Reflection: Toward the Resolution of Intractable Policy Controversies* New York: Basic Books.
- Schultz, M., Steen, M. A. Van der & Twist, M.J.W. van (2013). *De realisatie van publieke waarden door sociaal ondernemerschap*. Bestuurskunde 2013. Vol. 22, No. 1.
- Schulz, M., Steen, M.A. van der & Twist, M.J.W. van (2013). *De koopman als dominee*. Den Haag: Boom/Lemma.
- Social Enterprise NL (2013a). *Filmpje*. <http://social-enterprise.nl/portfolio/infomercial/>
- Social Enterprise NL (2013b). *Social Enterprise Monitor 2013: een rapport over de Social Enterprise NL Survey 2012*. Amsterdam, 2013.

Social Enterprise NL (2014). *Interview: Naar een sociaal enterprise vriendelijke gemeente*. <http://social-enterprise.nl/interview-naar-een-social-enterprise-vriendelijke-gemeente/>

Social Enterprise NL (2014). *Interview: Van een achterstand naar een voorsprong*. <http://social-enterprise.nl/page/2/>

Social Enterprise NL (2014a). *Interview: Via sociaal ondernemen naar meer informele zorg*. <http://social-enterprise.nl/via-sociaal-ondernemen-naar-meer-informele-zorg/>

Social Enterprise NL (2014). *Interview: Naar een duurzaam inkoopbeleid*. <http://social-enterprise.nl/interview-naar-een-duurzaam-inkoopbeleid/>

Specht, M. (2012). *De pragmatiek van burgerparticipatie: hoe burgers omgaan met complexe vraagstukken omtrent veiligheid, leefbaarheid en stedelijke ontwikkeling in drie Europese steden*. (Dissertatie, Vrije Universiteit Amsterdam)

Steen, M. van der (2012). De kracht van grijs: een analyse van de politieke framing van vergrijzing, in: *Bestuurskunde*, jrg. 21, 2012, nr. 4, pp. 43-54.

Steen, M. van der (2014). *De sociale waarde van een broodje kaas*. In: *Public Mission* 12-02-2014.

Steen, M. van der & Scherpernisse, J. (2013). De moestuin, de boom en het rizoom: overheidssturing in de context van maatschappelijke zelforganisatie. *Sociaalbestek*. 6 december 2013.

Steinberger, P.J. (1995). *Typologies of public policy: meaning construction and the policy process*. Upper Saddle River NJ: Prentice Hall

Sterk, E., Specht, M. & Walraven, G. (2013). *Sociaal ondernemerschap in de participatiesamenleving: van de brave naar de eigenwijze burger*. Antwerpen/Apeldoorn: Garant.

Straathof, N.N. (2014). *'Anders dan vroeger, kunnen we deze keer niet uit de crisis groeien': over het framen van economische neergang: crisisretoriek van Hendrikus Colijn en Mark Rutte*. Masterscriptie, Universiteit van Leiden, Nederland.

Strauss, A., J. Corbin (1998) *Basics of Qualitative Research*. Thousand Oaks: Sage.

Tegenlicht (2013). *Jos de Blok*. <http://tegenlicht.vpro.nl/nieuws/2013/april/jos-de-blok.html>

Thiel, S. van (2007) *Bestuurskundig onderzoek: een methodologische inleiding*. Bussum: Coutinho.

Thomashuizen (2014). *Initiatiefnemer: Hans van putten, zorgvernieuwer*. <http://thomashuizen.nl/wonen/overthomashuizen/initiatiefnemer.aspx>

TransitieBureau (2012). *Decentralisatie betekent transitie en transformatie: nieuwe verantwoordelijkheden, rollen en opgaven in maatschappelijke ondersteuning*. Rapport in opdracht van het samenwerkingsverband van Ministerie van VWS en Vereniging van Nederlandse Gemeenten. Den Haag, januari 2012.

Twist, M.J.W. van, Verheul, W.J. & Steen, M. van de (2008). *Ondernemerschap & grensverleggende praktijken: een essay in opdracht van de Commissie Lemstra*. December 2008.

Vaus, D. de (2001) *Research design in social research*. London: Sage.

Verloop, W., Hillen, M. (2013). *Verbeter de wereld: begin een bedrijf: hoe social enterprises winst voor iedereen creëren*. Business Contact, Amsterdam/Antwerpen.

Verschuren, P. & Doorewaard, H. (2007). *Het ontwerpen van een onderzoek*. Den Haag: Lemma.

Vorst, J. (2009). *Sociaal constructivistisch onderzoeksperspectief en Grounded Theory*.
<http://joopvorst.com/publicaties>

WakaWaka (2014). *WakaWaka share the sun: mission*. <http://waka-waka.com/mission/>

Werf, M. van der (2014, 31 juli). Geserveerd worden door downies bij Downey's. *Algemeen Dagblad Nederland*

Zembla (2010a). *Handel in gehandicapten*. <http://zembla.incontxt.nl/seizoenen/2010/afleveringen/14-03-2010>

Zembla (2010b). *Kamervragen over Diogenes in De Groeve*.

<http://zembla.incontxt.nl/seizoenen/2010/afleveringen/14-03-2010/kamervragen-over-diogenes-in-de-groeve/>

12. Bijlage

12.1. Bijlage 1: Respondenten en dataverzameling

12.1.1. Interviews

Betrokken ambtenaren

1. Beleidsadviseur gemeente Oosterhout	30-07-2014
2. Beleidsmedewerker GGD	10-06-2014
3. Wethouder gemeente Woensdrecht	24-07-2014
4. Adviseur gemeente Venlo	17-06-2014
5. Manager gemeente Utrecht	11-06-2014

Sociaal ondernemingen

6. Thomashuis	26-06-2014
7. Kindertheater	24-06-2014
8. Dagbesteding gehandicapten Samen top	10-07-2014
9. Aan zet met Marieke Dekker	13-06-2014
10. Kringloopbedrijf	09-07-2014

Betrokken burgers

11. Vrijwilliger sociale onderneming WorkinProgrezz	10-06-2014
12. Betrokkene bij Leeszaal Rotterdam-West	19-06-2014
13. Betrokkene zorgboerderij Weeze	19-06-2014
14. Vader gehandicapte zoon	03-07-2014
15. Sociaal bewogen consument	30-06-2014

De geïnterviewde hebben de dezelfde omschrijving van ondernemingen gehad als die is bijgevoegd bij de vragenlijst.

12.1.2. Bijeenkomsten, rondleiding en meeloopdagen

16. Bijeenkomst Hart van Brabant, *Informatiebijeenkomst voor aanbieders WMO en Jeugdhulp*
10 juli 2014, Willem II-station Tilburg
17. Bijeenkomst NSOB, *Ondernemerschap, innovatie & vernieuwen*
4 februari 2014, Leeszaal Rotterdam-West
18. Stamtafel gesprek, Platform 31, *Meeting point sociale duurzaamheid*
17 maart 2014, Platform 31 Den Haag
19. Bijeenkomst NSOB/Lectoraat Dynamiek van de stad, *Impact en continuïteit: de volgende stappen voor sociaal ondernemerschap?*
16 april 2014, Verhalenhuis Belvédère Rotterdam
20. Bijeenkomst Ready4Work
7 mei 2014, Westerkaatje Rotterdam
21. Meeloopdag Thomashuis Almkerk
14 februari 2014, Almkerk
22. Rondleiding Brouwerij De Prael
16 februari 2014, Amsterdam

23. Lunchen bij de Uitdaging Ulvenhout/ Brownies&Downies Den Bosch/ Prins Heerlijk Tilburg
24. Bezoek Kringloop Utrecht/ Oosterhout/ Breda/ Almkerk
25. Rondleiding Sociale Werkplaats ATEA groep, Breda

12.1.3. Vragenlijst

De vragenlijst is ingevuld door 36 respondenten verdeeld over de drie groepen. Leeftijd verschilt van 22 jaar tot 68 jaar. Van kleine gemeente in Limburg tot Amsterdam. Verschillende ondernemers, ambtenaren en burgers. Allemaal verschillende functies. Onderstaand de uitgaande mail en de vragenlijst.

Mail naar respondenten

Geachte mevrouw, meneer

Ik zit in de laatste fase van de master Publiek Management aan de Erasmus Universiteit. In het kader van mijn scriptie onderzoek ik verschillende visies op sociaal ondernemerschap. Ik kijk naar de perspectieven van ambtenaren, ondernemers en burgers op de kwaliteiten en keerzijdes van sociaal ondernemerschap.

Mijn ambitie is om mensen opmerkzaam te maken en mee te nemen in het doordenken van de kwaliteiten, dilemma's en ongemakkelijkheden van sociaal ondernemerschap door verschillende perspectieven op sociale ondernemingen te identificeren en te expliciteren.

Ik ben dan ook erg benieuwd naar uw visie op verschillende sociale ondernemingen. Hiervoor heb ik een vragenlijst opgesteld. Deze bestaat uit vier open vragen. U vindt mijn vragenlijst via <https://nl.surveymonkey.com/s/KCVLRV6>

In de vragenlijst vindt u een uitgebreide omschrijving van het begrip sociaal ondernemerschap. Als u extra informatie wilt, klik dan op <https://www.youtube.com/watch?v=L4DmCA0enck#t=104> voor een infomercial over sociale ondernemingen.

Hartelijk dank voor uw deelname!

Met vriendelijke groet,

Malou Baijens

Als u een exemplaar van mijn scriptie wilt ontvangen, stuur dan een e-mail naar maloubaijens@gmail.com. Als u geen verdere e-mails van mij wilt ontvangen, klik dan op de onderstaande koppeling. U wordt dan automatisch van de mailing lijst verwijderd.
<https://nl.surveymonkey.com/optout.aspx>

Vragenlijst

1. Wat is uw:
 - leeftijd
 - geslacht
 - beroep (ambtenaar, ondernemer, overig)
 - werklocatie
2. Sociaal ondernemerschap ontmoet bijna als vanzelf veel sympathie als mensen erover vertellen. Er komen steeds meer ondernemers die ondernemen om maatschappelijke impact te maken. Bekende voorbeelden

zijn chocolademaker Tony Chocolonely, de Thomashuizen en restaurant Fifteen van Jamie Oliver. Sociaal ondernemers bezitten de eigenschappen van een ondernemer, maar hun drive is de wil om een bijdrage te leveren aan bijvoorbeeld sociale of ecologische vraagstukken. Sociale ondernemingen hebben primair een maatschappelijke missie en realiseren dat doel als zelfstandige onderneming. Ze zijn zelfvoorzienend, gebaseerd op handel of andere vormen van waarde-uitruil, en zijn beperkt afhankelijk of geheel onafhankelijk van giften en/of subsidies.

Hierna volgen vier beschrijvingen van ondernemingen. Ik ben benieuwd naar uw visie op de verschillende ondernemingen, aan de hand van de kwaliteiten en keerzijdes. Wilt u daarom per onderneming aangeven wat u ziet als kwaliteiten en keerzijdes? Het gaat hierbij voornamelijk om uw eerste indruk.

3. De Prael

De Prael is een bierbrouwerij en proeflokaal in Amsterdam. Hier werken zo'n honderd mensen met een psychiatrische achtergrond. De werkzaamheden variëren van graan malen, afvullen en etiketteren tot horecamedewerker in het proeflokaal en rondleider. Werken bij De Prael is een dagbesteding en kan een opstap zijn naar andere functies in met name de horeca. De meeste medewerkers werken parttime. Medewerkers kunnen werken als dagbesteding, als traject of als betaalde arbeid. De leiding binnen De Prael richt zich allereerst op de normale bedrijfsuitoefening: samen de klus klaren. Met alle op maat gekozen functies moeten de medewerkers op elkaar kunnen bouwen. Binnen De Prael past het niet om in te gaan op de beperking zelf en de behandeling hiervan. De leiding heeft wel brede ervaring in de zorg.

4. Buurtzorg

Jos de Blok vond het als wijkverpleegkundige steeds moeilijker om plezier in zijn werk te houden. De organisaties zijn te groot en inflexibel. Daarom richtte hij in 2007 Buurtzorg Nederland op om de menselijke maat terug te brengen in de zorg. Buurtzorg Nederland werkt met zelfsturende wijkteams waarin verpleegkundigen zelf bepalen hoeveel tijd zij aan de zorg van een cliënt besteden. Bij Buurtzorg Nederland staat het zelfoplossend vermogen van de medewerkers centraal. Zij kunnen hun creativiteit benutten en er is meer persoonlijke aandacht voor de cliënt. De wijkverpleegkundigen mogen hun cliënten op hun eigen manier behandelen en zitten niet vast aan protocollen. Omdat Buurtzorg Nederland vertrouwen heeft in de professionele autonomie van de medewerkers, krijgen de teams veel vrijheid.

5. MyWheels

MyWheels streeft naar leefbare buurten door het delen van auto's. Henry Mentink startte in 2003 MyWheels met zes auto's. Inmiddels heeft hij er een paar honderd. Via een site bieden voornamelijk particulieren hun bolide te huur aan. Op die manier kunnen mensen die tijdelijk een auto nodig hebben deze vinden. MyWheels biedt zo een alternatief voor een tweede auto die anders wellicht het merendeel van de tijd stil staat en ruimte inneemt en hierdoor kunnen mensen wisselen van kleine personenauto, stationwagen of zelfs busje. Lidmaatschap kan gratis of per abonnement. De consument betaalt voor de gemaakte kilometers. MyWheels streeft ernaar dat leden-gebruikers ook financiers worden, waardoor een wederzijds belang ontstaat. Leden die investeren in de onderneming worden terug betaald in 'gratis' kilometers. MyWheels legt geen boets op als iemand een overtreding begaat, maar koppelt degene die overlast ervaart aan de veroorzakers, zodat zij samen tot een oplossing kunnen komen.

6. WakaWaka

WakaWaka is een ledlampje dat zonlicht omzet in leeslicht. Laad het lampje op met acht uur zonlicht en je hebt zestien uur licht. De nieuwste vinding is WakaWaka power: een lichtgewicht oplaadbare accu om je

telefoon of iPad mee op te laden. WakaWaka wil gevaarlijke en veelgebruikte kerosinelampen in ontwikkelingslanden vervangen door veilige en toegankelijke zonne-energie. Met de aankoop van een WakaWaka power of het lampje sponsor je tegelijkertijd een lampje voor een ontwikkelingsland. Door licht te brengen op plekken waar eerder geen licht was maakt WakaWaka het verschil voor mensen onder de armoedegrens. Met dit licht kunnen zij lezen, leren en zich ontwikkelen. Bovendien verminderen de lampen CO2-uitstoot, doordat zij een alternatief bieden voor de vervuilende kerosinelampen.