

Door Robin de Jager (april 2013)

student-onderzoeker Alg. Sociale Wetenschap UU en stagiair bij se.lab

Hoe werd u een Sociaal Ondernemer?

Wanneer men de sociaal ondernemer wil afzetten tegen de conventionele ‘commercieel’ ondernemer, dan spreekt men vaak van een verschil in missie (Dacin et al., 2010; Zahra et al., 2009). De primaire missie van de sociaal ondernemer is het toevoegen van sociale waarde, waar het primaire doel van de commercieel ondernemer het toevoegen van economische waarde is. Het verdienen van geld wordt bij de sociaal ondernemer eerder gezien als een bijproduct dat in dienst staat van de sociale missie, waar commercieel ondernemers sociale waarde zien als een bijproduct van de missie om economische waarde te creëren. Hoewel deze constatering *an sich* interessant genoemd mag worden, dient zich hierbij al snel een volgende vraag aan: waarom streeft de ene ondernemer liever een commercieel doel na en de ander liever een sociaal doel?

Webers Geist des Kapitalismus

Een verklaring zou men kunnen vinden bij Max Weber. Deze *founding father* van de sociologie observeerde in zijn boek ‘Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus’, dat naties met een overwegend protestantse ethiek vaak meer economische voorspoed kenden dan naties met een overwegend katholieke ethiek (Weber, 1905). Volgens Weber was dit verschil toe te schrijven aan de verschillen in het wereldbeeld van de twee religieuze richtingen. Zo zette een ascetisch protestants wereldbeeld individuen aan om talenten ten volle te ontdekken, ontwikkelen en benutten, terwijl de deterministische katholieken eerder geneigd waren tot berusting in het lot en de beroepen van hun voorvaderen bleven beoefenen. Hierdoor zouden protestanten vaker ondernemend gedrag vertonen dan katholieken en dit zou vervolgens hebben geleid tot de opkomst van het kapitalisme in het Westen. De moderne, kapitalistische economie is volgens Weber dus niet tot stand gekomen door verzet tegen godsdienstige ideeën, zoals aanhangers van het secularisatie-idee vaak denken, maar juist vanuit een godsdienstige ethiek.

Men kan echter verder gaan dan het idee dat een bepaald wereldbeeld aanzet tot een zekere mate van ondernemerschap. We zouden ook nog kunnen stellen dat een bepaald wereldbeeld een belangrijke basis is voor de manier waarop men de eigen onderneming inricht. Ik zal deze gedachtegang wat verduidelijken aan dan hand van een voorbeeld.

Antroposofen

In januari en februari zond de VPRO een documentaireserie uit met de titel 'De Hokjesman'. Presentator en documentairemaker Michiel Schaap zocht in deze serie een aantal 'exotische' Nederlandse gemeenschappen op, waaronder een groep Molukkers, een groep subversief autonomen en een groep antroposofen (VPRO, 2013). Deze laatste groep bestaat uit volgelingen van ene Rudolf Steiner, een Oostenrijkse filosoof, dichter, architect en pedagoog. Hoeveel mensen er in Nederland zijn die zich antroposoof noemen is onduidelijk; internetbronnen spreken van enkele duizenden.

Steiner's antroposofie (van het Griekse anthropos (mens) en sophia (wijsheid) kan het best worden omschreven als een levensbeschouwing of religie (VPRO, 2013). Omdat het wereldbeeld van de antroposoof zich lastig in enkele zinnen laat omschrijven, beperk ik mij tot een aantal uitspraken van haar geestelijk vader met betrekking tot kapitaal en ondernemerschap. Zo zou kapitaal volgens Steiner moeten worden ingezet waar het sociaal productief kan worden gemaakt en uiteindelijk zou het moeten worden geconsumeerd in het geestesleven (Steiner, 1924). Daarnaast zou de winst die door een onderneming wordt gemaakt volgens Steiner óf binnen, óf buiten de onderneming productief moeten worden ingezet, of moeten worden weggegeven. Wel mag de ondernemer aanspraak maken op een deel van de winst.

Men zou deze laatste ideeën van Steiner wat betreft ondernerschap vrij expliciet mogen noemen. Echter, in hoeverre de antroposoof deze ideeën van Steiner naleeft is (nog) niet wetenschappelijk te onderbouwen, want er is naar deze groep in Nederland weinig onderzoek gedaan. Wanneer men de aflevering van 'De Hokjesman' als referentiepunt gebruikt, dan zien we dat er door antroposofen talrijke alternatieve ondernemingen zijn opgericht. Zo hebben zij hun "Antropia" op Landgoed de Reehorst ingericht met een vrije school, zorgboerderij en een cultuur- en congrescentrum waar men klimaatneutraal kan vergaderen. Ook zijn er, aangezien de antroposoof in principe alleen biologisch voedsel mag eten, tal van winkels en boerderijen opgericht die dergelijk voedsel maken en verkopen. Verder zijn er nog antroposofische huisartsen en therapeuten die antroposofische medicijnen en therapieën voor kunnen schrijven. Tot slot worden we er door 'De Hokjesman' aan herinnerd dat de Triodosbank ooit is opgericht door antroposofen.

Hoewel het slechts bij een observatie uit een televisieprogramma blijft, is dit een tekenend voorbeeld van hoe een wereldbeeld een bepaalde manier van ondernemen faciliteert en invloed heeft op de waarden die een dergelijke onderneming meent na te streven. In dit geval gaat het dus om antroposofische waarden. Leven binnen het kader van het instituut antroposofie zorgt er klaarblijkelijk voor dat men op 'antroposofische' wijze gaat ondernemen.

De sociale context

Het punt dat ik hiermee wil maken, is dat er niet louter uit kan worden gegaan van de individuele motivaties van ondernemers wanneer men het waarom van de sociale onderneming wil verklaren. Dit soort verlichtingsdenken zien we maar al te vaak terug in de (wetenschappelijke)

literatuur over het sociaal ondernemerschap. Hierin worden bepaalde ondernemers tot innoverende en opportunistisch helden verheven, terwijl de sociale context buiten beschouwing wordt gelaten (Hoogerdoorn, 2011; Leadbeater, 2006). Hoewel de waarden en normen van een persoon als een zaak van steeds individualistischere aard worden gezien, zou het naïef zijn om te stellen dat een ondernemer deze niet langer uit de (sociale) omgeving ontrekt. Dus wanneer men eerder geneigd is om een commerciële onderneming op te richten dan een sociale onderneming, speelt de (sociale) omgeving hierin een rol.

Een zelfde soort benadering gaat op voor maatschappelijke betrokkenheid. In het verleden hebben onderzoeken aangetoond dat de maatschappelijke betrokkenheid tussen religieuze groeperingen ook verschilt (Bekkers, 2003). Zo zouden streng gereformeerde groeperingen vaker vrijwilligers werk doen voor, en meer geld doneren aan goede doelen. Ook bij maatschappelijke betrokkenheid kunnen we dus stellen dat deze niet alleen ontstaat vanuit het individu, maar ook vanuit de sociale context waarbinnen deze zich begeeft of (ooit) heeft begeven.

In die zin zouden factoren als opvoeding, opleiding, maar dus ook religie en ideologie in belangrijke mate het sociaal ondernemerschap en de maatschappelijke betrokkenheid beïnvloeden, bijvoorbeeld door de socialisatie met de normen en waarden van deze instituten.

Stimuleren en faciliteren

Vanuit het werkveld van de sociaal ondernemer gaan er geluiden op om deze vorm van ondernemerschap te stimuleren en te faciliteren (Europese Commissie, z.d.; Social-enterprise.nl, 22 maart 2013). Echter, wanneer dit het streven is, dan moet men eerst weten welke mechanismen men moet aanwenden om deze vorm van ondernemerschap te stimuleren en faciliteren. Onderzoek met een sociologische invalshoek kan deze mechanismen binnen de kaders van de eerder genoemde instituten blootleggen en die mensen ertoe aanzetten een sociale onderneming op te richten of dit juist ontmoedigen. Dergelijke studies zouden ons niet alleen meer kunnen vertellen over de aard van het sociaal ondernemerschap en het waarom van zijn opkomst, maar leert ons wellicht ook, wanneer we de mogelijke samenhangende elementen tussen religie/ideologie en sociaal ondernemerschap weten te isoleren, meer over hoe sociaal ondernemerschap is te stimuleren, mocht daar behoefte toe zijn.

Bron

Bekkers, R. (2003). "De bijdragen der kerkelijken". In Schuyt, Th.N.M. (2003). *Geven in Nederland 2003: Giften, Legaten, Sponsoring en Vrijwilligerswerk*. Houten/Dieghem: Bohn Stafleu Van Loghum.

Dacin, P. A., Dacin, M. T., and Matear, M. (2010). Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here. *Academy of Management Perspectives*, vol. 24, p. 36-56.

Europese Commissie (z.d.) *Social Entrepreneurship*. Gevonden op 21 maart 2013 bij http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/index_en.htm

Hoogendoorn, B. (2011, oktober 06). *Social entrepreneurship in the modern economy. Warm glow, cold feet*. Rotterdam: Erasmus University Rotterdam.

Leadbeater, C. (2006). "The Socially Entrepreneurial City". In Nicholls, A. (2006). *Social Entrepreneurship New Models of Sustainable Social Change*. Oxford: Oxford University Press.

Steiner, R. (1924, Nederlandse vertaling 1996). *kerngedachten van de antroposofie. Wat Michaël wil*. Zeist: Uitgeverij Vrij Geestesleven. Gevonden op 21 maart 2013 bij <http://www.christofoor.nl/srsv/v524kern.pdf>

Social-enterprise.nl (22 maart 2013). *Europa zet hoog in op social enterprises, waar blijft Nederland?* Gevonden op 22 maart 2013 bij <http://www.social-enterprise.nl/europa-zet-hoog-in-op-social-enterprises-waar-blijft-nederland/>

VPRO (2012). *De Hokjesman. Aflevering 6: de antroposofen*. Gevonden op 21 maart 2013 bij <http://www.uitzendinggemist.nl/afleveringen/1327665>.

Weber, M. (1905). *Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus*. Engelse vertaling: *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism* (Oxford: Oxford University Press Inc, 2010).

Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., and Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, vol. 24, p. 519-532.