



Deloitte.

Deloitte
IMPACT
FOUNDATION

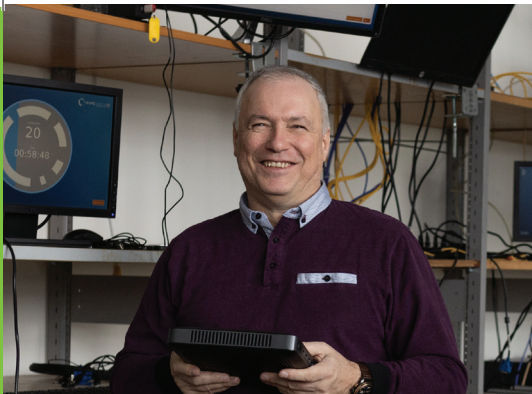
**Samen maken we
impact ondernemen groot**

Mei 2021

**7 impact ondernemers
aan het woord**

Inhoud

| | |
|-------------------------------------------|----|
| Voorwoord | 04 |
| Ronald de Bakker, Copiatek | 06 |
| Sandra Ballij, Ctalents | 12 |
| Renzo Deurloo, GreenFox Social Return | 18 |
| Annelies Goedbloed, HaagseZwam | 24 |
| Jasper Kool, Happy Tosti | 30 |
| Mireille Geijzen & Michiel Dekkers, i-did | 36 |
| Bart de Bart, Studeren & Werken op Maat | 42 |
| Deloitte Impact Foundation | 48 |
| Contact | 50 |



Voorwoord

Impact ondernemen! De afgelopen jaren heeft impact ondernemen een belangrijke ontwikkeling doorgemaakt. Meer ondernemers hebben naast het ondernemen ook maatschappelijk relevante thema's omarmt en die substantieel onderdeel gemaakt van hun bedrijfsvoering. Het aantal impact ondernemers is dan ook fors toegenomen.

De ontwikkelingen staan niet stil. In maart 2021 is de City Deal Impact Ondernemen ondertekend waar vooralsnog 80 organisaties uit het publieke en private domein aan deelnemen. Doel? Versterken van de impact economie! Ook

ligt er een concept wetsvoorstel om impact ondernemers een aparte status te kunnen geven, de bvM (bv Maatschappelijk), en daarmee hun zichtbaarheid en herkenbaarheid te vergroten.

Deloitte steunt en stimuleert impact ondernemen, onder andere via de Deloitte Impact Foundation. Via deze foundation leveren wij een positieve bijdrage aan maatschappelijke relevante thema's op gebied van onderwijs en werk, duurzaamheid en een verdraagzame maatschappij. Eén van de initiatieven is het programma Scaling Social Enterprises waarmee impact ondernemers pro bono toegang hebben tot onze kennis, expertise en netwerk om door te groeien. Om deze groei te realiseren zijn meer mensen nodig en deze mensen hebben veelal een afstand tot de arbeidsmarkt. Voor deze

groep mensen is het vaak moeilijk(er) om aan het werk te komen, impact ondernemers zijn daar een essentiële successleutel in. Op deze manier bouwen we samen aan arbeidsparticipatie en een inclusievere maatschappij! De komende jaren zullen wij dit blijven doen, waarbij uitbreiding van het programma voor de hand ligt. Met het initiëren van het WorldClass programma, gedurende tien jaar jaarlijks 35.000 kwetsbare burgers helpen met het versterken van hun positie op de arbeidsmarkt, bereiken we continuïteit en zijn verheugd dat Scaling Social Enterprises daar substantieel onderdeel van is.

De weg die impact ondernemers afleggen verschilt nogal. De leermomenten die zij onderweg meemaken zijn ook verschillend.

De impact ondernemers die in dit boek hun verhaal doen delen de 'moments that matters' zoals zij die persoonlijk ervaren hebben. Waar hebben zij het verschil gemaakt en wat kunnen anderen daarvan leren? Dit boek heeft dan ook tot doel om andere (impact) ondernemers te inspireren, enthousiasmeren en stimuleren. Het is ook een manier om deze impact ondernemers extra in de spotlights te zetten voor de mooie bijdragen die zij leveren aan onze maatschappij!

Edwin Jong

Programmamanager Social Return / Scaling Social Enterprises

Johan Stuiver

Programmadirecteur WorldClass

A man with grey hair, wearing a maroon sweater over a light blue collared shirt and black trousers, stands in a server room. He is smiling and holding a black, flat, rectangular device. The server room has metal racks with various cables and equipment. A monitor on the left shows a circular gauge with the number 20 and the time 00:58:48. A large green circle is overlaid on the right side of the image, containing text.

Ronald de Bakker, Copiatek

**‘Met jouw gedoneerde
apparatuur helpen wij
twee keer’**

Afgeschreven ICT-apparatuur op een gecertificeerde manier afvoeren? Copiatek zorgt er niet alleen voor dat de apparatuur weer nieuw leven krijgt, maar helpt er ook mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt aan een vaste baan. “We slaan twee sociale vliegen in één klap”, zegt Ronald de Bakker, oprichter van Copiatek.

De vraag naar laptops en pc's in Nederland is groot, schetst Ronald. Gezinnen in schuldsanering, statushouders, werklozen, chronisch zieken en mensen met een niet-aangeboren hersenletsel... ze hebben allemaal een of ander device met internet nodig om mee te kunnen draaien in de maatschappij. Om huiswerk te maken of te integreren, om een baan te vinden en om sociaal contact te houden.

“Een nieuwe laptop à 600 euro is voor hen onbetaalbaar”, stelt Ronald. “Wij doneren opgeknapte laptops aan deze groep mensen. Dat maken we financieel

mogelijk door opgeknapte apparatuur te verkopen, via ons shop-in-shop-concept binnen kringloopwinkels.”

Refurbish, Re-use, Recycle

Copiatek haalt afgeschreven ICT-apparatuur in heel Nederland op, herstelt bruikbare spullen en recyclet de onbruikbare spullen. Een vierde van de opgeknapte apparatuur doneert Copiatek aan voedselbanken, wijkcentra, jeugdzorgcentra en stichting Leergeld Nederland. Zo'n 20% is niet geschikt voor Nederland en vindt zijn weg naar schoolprojecten in Afrika.

“We werken circulair en duurzaam. Wij hebben altijd behoefte aan afgeschreven ICT-apparatuur”, legt Ronald uit. Hij startte Copiatek toen zijn re-integratietraject niet resulteerde in een vaste baan. “Pas achteraf zag ik dat het bij dat bedrijf alleen ging om de subsidie, niet om mensen aan een vaste baan te helpen.” Dat was een bittere pil voor Ronald, die deze frustratie echter omzette naar inspiratie: hij startte zijn eigen bedrijf dat juist mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt aanneemt.

Baan met zekerheid

“Mensen die bij mij komen werken, hebben geen angst dat ze hun baan weer kwijtraken”, zegt Ronald met enige stelligheid. “Ik vind het mooi en bijzonder dat ik zeventien mensen aan het werk houd. Iedereen heeft een eigen ontwikkelingsplan en wordt daarin door een jobcoach persoonlijk begeleid. Zo halen onze chauffeurs ook hun vrachtwagenrijbewijs en leert onze process manager nu Nederlands op B2-niveau. Dat zijn diploma’s waar je verder mee komt”, stelt Ronald. Met 84% van het personeelsbestand uit de participatiewet, voldoet Copiatek

ruimschoots aan de voorwaarden van de PSO-30+ certificering.

Deze zomer start er een nieuw werkontwikkelingstraject met de gemeente Den Haag. “We gaan zestien mensen helpen weer te leren wennen aan werkprocessen en zich verder te ontwikkelen. Daarvoor zullen we onze kantoorruimte verder uitbreiden en komt er een extra jobcoach.” Ronald wacht daarvoor nog op het contractvoorstel van de gemeente. Die zal hij direct doorsturen naar Edwin Jong van Deloitte Nederland: “Klopt deze overeenkomst? Werkt dit

goed voor ons? Ik betrek hem bij alle strategische beslissingen.” Sinds 2019 wordt Copiatek begeleid door Deloitte. “Ze vertelden hun verhaal tijdens een evenement van de gemeente, dat ze gingen starten met het begeleiden van sociale ondernemers. Ik ben er gelijk heengestapt”, vertelt Ronald. “Ze helpen mij met het maken van meer impact met Copiatek. Dus hoe kunnen we meer omzet maken om meer mensen een baan te kunnen geven, hoe is de financiële administratie ingericht, hoe identificeren we stakeholders en hoe onderhoud je dat contact. Momenteel

kijk ik naar het opzetten van een hub in Limburg, waar we veel klanten hebben. Daar komen heel veel vragen bij kijken, en daarvoor heb ik aan Deloitte een hele goede sparringpartner.”

Thuischool

Door de coronamaatregelen is het drukker dan ooit voor Copiatek. “Iedereen werkt thuis. Heb je maar één laptop en twee kinderen, dan zul je er nog twee laptops bij moeten kopen. Dat is een hele smak geld voor gezinnen in een schuldsanering”, merkt Ronald op. “Aan de andere kant zijn de inkooprijzen voor tweedehands



laptops wereldwijd verdubbeld. Wij moeten het nu echt hebben van de donaties van bedrijven. Gelukkig weten ze ons steeds beter te vinden. Via de site melden ze zich gemakkelijk aan. Ze kunnen de data ook gecertificeerd laten vernietigen. Ze doen er bovendien een boel goeds mee: de circulaire economie bevorderen, kinderen in arme gezinnen van een laptop voorzien en mensen met een arbeidsmarkt afstand aan een vaste baan helpen.”



Sandra Ballij, Ctalents

**'Met inclusie maak je
geen mooie sier maar
versnel je innovatie'**

Ctalents van social entrepreneur Sandra Ballij verbindt werkgevers met talent. Een essentieel verschil met andere detacheerders is dat de talenten slechtziend, blind, slechthorend of doof zijn, en soms allebei. “We zijn geen charitatieve instelling,” beklemtoont de oprichtster. “We zijn een financieel gezonde onderneming, maken winst en groeien. Samen met onze partners geloven we in de kracht van deze groep en hun recht op volwaardig werk.”

Sandra spreekt niet over beperkingen, maar over visuele of auditieve uitdagingen. Ze weigert te accepteren dat deze mensen het etiket arbeidsongeschikt krijgen opgeplakt. “Zo plaatsen we een grote groep buiten de samenleving in plaats van te kijken naar de potentie van hun talenten. Wij laten werkgevers daar wel naar kijken en maken ze verslaafd aan de wereld die dan opengaat. Ik noem dat *Inclusion by Innovation*.”

De vonk voor sociaal ondernemerschap sprong over in Parijs. Namens ING Bank werkte Sandra in de lichtstad aan een

fusietraject. Ze wist van het bestaan van een restaurant waar gasten in het stikdonker dineren, bediend door blind personeel, en uitgedaagd op hun tast-, geur- en smaakzintuigen. Het restaurant belandde op haar bucketlist en het werd een ervaring die haar leven en dat van echtgenoot Bas de Rooter voorgoed veranderde.

‘Op reis naar diepere betekenis’

“Daar begon de reis. Ik zat goed bij ING, maar er ontbrak iets. Ik ervoer geen diepere betekenis in mijn werk, geen meerwaarde. Dat diner en de kracht van de mensen achter het initiatief maakten

diepe indruk. Ik dacht: wat laat ik eigenlijk achter als ik er niet meer ben? Het moment was daar om het roer om te gooien.”

In 2007 brachten Sandra en Bas het Parijse concept naar Amsterdam. Hun restaurant in het donker, Ctaste, trekt jaarlijks twintigduizend gasten. Meer initiatieven volgden, waaronder de Sign Language Coffee Bar op 23 locaties. Daar zag Sandra hoe een 50-jarige ‘gebarista’ opbloeide en een landelijke baristawedstrijd won. “Dit was de eerste baan en het eerste certificaat in haar leven! Je ziet ineens een ander mens voor je.”

'Iedereen van toegevoegde waarde'

Met Ctalents pakt Sandra in 2013 door als ondernemer. Twaalf medewerkers zetten zich in voor 55 detachingskrachten en topklanten als ABN AMRO en de Nationale Politie. Voor Sandra zijn het geen klanten maar partners: "We doorbreken samen patronen, bedenken nieuwe functies en vertalen visuele en auditieve uitdagingen naar kansen om te excelleren. Denk aan audio- en beeldspecialisten die van unieke waarde zijn in opsporingstrajecten. Of aan analisten en consultants die excelleren in details."

Sandra brengt het graag simpel onder woorden: "Het gaat er niet om dat we iedereen uit plichtsbesef uitnodigen voor het feestje, maar dat we de feestzaal zo inrichten en aankleden dat iedereen het naar zijn zin heeft en van toegevoegde waarde kan zijn. Dat is de essentie van diversiteit en dat maakt dat ik me elke dag met onnoemelijk veel energie en plezier inzet voor onze organisatie, talenten en partners." Dat Deloitte Impact Foundation sinds kort deel uitmaakt van het partnernetwerk, opent nieuwe deuren. "Uiterlijk in 2030 willen we onze eerste CEO geplaatst hebben. Dat lukt alleen met het commitment van een breed

netwerk. Dankzij Deloitte kunnen we versnellen en contacten leggen met nieuwe werkgevers. Er zit ook een pragmatische kant aan. Omdat we willen internationaliseren en blijven innoveren, is het fijn om een partner te hebben die de weg wijst naar expertise in businessmodellen en technologie.”

‘Kom nu in actie’

Iedere geslaagde verbinding tussen werkgevers en Ctalents-medewerkers die eerder aan de zijlijn stonden, ervaart Sandra als onbeschrijflijk. De intrinsieke drang om werk van betekenis te doen, aangewakkerd in Parijs, levert met Ctalents elke dag hartverwarmende resultaten op. Sandra is trots, maar nog lang niet klaar. Ctalents heeft als droom om de werkloosheid onder slechtzienden en slechthorenden terug te dringen van 65% naar 20% en de aanpak naar andere Europese landen te exporteren.



“Dat lukt alleen als we werkgevers meenemen in onze visie dat inclusie geen bedrijfsmodel is om mooie sier mee te maken, maar een kans om innovatie te versnellen en mensen aan je te binden. De nieuwe generatie verwacht een werkgever die inclusie omarmt. Wil je in de toekomst de beste talenten aantrekken? Kom dan nu in actie.”

Renzo Deurloo,
GreenFox Social Return

**'Impact
maken
draait om
mensen'**



“Iedereen is ergens goed in.” Het aannemen van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt is voor Renzo Deurloo van GreenFox Social Return heel normaal. Zijn sociale onderneming detacheert deze kandidaten bij grote opdrachtgevers, zorgt voor de nodige educatie en coaching en ziet hen graag doorstromen naar een volgende baan. “Wij investeren in mensen, niet in winstmaximalisatie.”

Renzo praat erg snel en maakt scherpe observaties. Hij vertelt vrijuit over zijn eigen achtergrond als ADHD'er en autist: “Ik heb veel energie, kan snel rekenen maar, heb een korte aandachtsspanne. En dat bleek dus het ideale DNA voor op de beurs, waar ik juist een voorsprong had. Ik deed er tientallen deals per dag, het was druk, de hele tijd geschreeuw... Ik kwam voor mijn gevoel eindelijk in een normaal leven terecht.”

Renzo groeide op in een warm gezin met vier kinderen waar iedereen ging studeren. Ondanks dat hij vier

middelbare scholen versleet en niet ging studeren, bleven zijn ouders geduldig geloven in zijn kwaliteiten. Mensen uit de omgeving dachten er anders over: dat wordt nooit wat. Tot hij plotseling met een grotere auto dan zijn vader thuiskwam vanwege zijn baan op Beursplein 5. Toen werd hij opeens gezien als een hele bijzondere jongen. “Mijn afstand tot de arbeidsmarkt werd opeens een voorsprong. Het is bizar hoezeer werk van invloed is op hoe mensen tegen je aan kijken. Het is onwijs belangrijk voor je zelfbeeld, wat je denkt en durft.” Hij besepte dat een grote groep niet het voorrecht heeft

van een fijne opvoeding, studiekansen en blind vertrouwen. Met dat groeiende besef richtte Renzo uiteindelijk in 2009 GreenFox op, een duurzaam installatiebedrijf.

‘Iedereen heeft een voorsprong tot de arbeidsmarkt’

GreenFox geeft kansen aan mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Maar Renzo vindt het wel een vreselijke term: “Het is beladen, negatief en het wordt al geplakt op iedereen die drie maanden werkloos is. Het roept een beeld op van ernstige beperkingen en niet van mogelijkheden en kansen.

Iedereen is ergens goed in en slecht in iets anders." Daarom spreekt Renzo van mensen met een voorsprong op de arbeidsmarkt: "Mensen die een tweede kans krijgen en misschien niet de eerste keus zijn, hollen sneller en zijn loyaler." Bovendien gaat het om vinden van datgene waar je echt goed in bent: "Een goede boekhouder zal een waardeloze kunstenaar zijn. Dat is geen probleem, zolang hij de boekhouding maar goed doet. Je wilt ook geen creatieve boekhouder."

GreenFox is niets anders dan een familiebedrijf dat keuzes maakt die

goed zijn voor mensen en de omgeving. De normale manier van ondernemen, meent Renzo. GreenFox is niet per se een sociale onderneming omdat het voldoet aan de PSO 30+ criteria. In 2016 kwam er GreenFox Social Return bij, om het detacheringswerk in onder te brengen. Dit bedrijf vervult social return-verplichtingen voor derden. "Opdrachtgevers zoals een Heijmans, Unica of Strukton vinden onze diensten van echte toegevoegde waarde. Er heeft nog geen opdrachtgever afscheid genomen", zegt Renzo trots.

'Deloitte weet hoe de hazen lopen'

De Deloitte Impact Foundation betekent veel voor Renzo. "Deloitte zit met iedereen aan tafel, ze weten hoe grote aanbestedingen werken, wat grote gemeenten gewend zijn. Met die kennis en ervaring begeleiden ze sociale ondernemers om meer impact te maken. Dan doe je als beginnend voetballer opeens mee in de Champions League. Ze doen meerdere dingen: analyseren je bedrijf eerst grondig, kijken naar de groeikansen en nodige verbeteringen. Vervolgens helpen ze je om je ideale opdrachtgever te krijgen, in een traject dat goed

werkt voor iedereen. Zo helpen we nu in coronatijd gemeenten bij het creëren van lokale werkgelegenheid in de installatie- en bouwsector. Het zijn trajecten die soms lange tijd nodig hebben, maar Deloitte weet precies hoe de hazen lopen."



Renzo kent het belang van mensen goed op weg helpen als geen ander. “Ik krijg nog steeds appjes van oud-medewerkers die vader zijn geworden, een huis hebben gekocht of het laatste deel van hun opleiding afronden. Dat je daar een klein onderdeel van mag uitmaken, dat is onbeschrijfelijk leuk. Dat proeft elke dag naar meer. GreenFox is een voorrecht om te mogen doen.”

Annelies Goedbloed,
HaagseZwam

**‘Zo kan
het ook!’**



Met HaagseZwam zet Annelies Goedbloed koffiedik in als grondstof om oesterzwammen te kweken. Deze brengt ze lokaal op de markt. Tegelijkertijd creëert Annelies ook werkgelegenheid voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. “Ik zie veel dingen die zoveel beter kunnen in Nederland. Het gaat om de mindset: mensen vergeten soms hoeveel impact ze kunnen maken.”

Vijf jaar geleden gooide Annelies het roer volledig om. Daar ging een geleidelijk proces van bewustwording aan vooraf. Een meeting in Paradiso met Gunter Pauli over de Blauwe economie in 2012 was een van de eerste zaadjes. “Ik was geraakt. Ik wilde iets doen: een andere bijdrage leveren aan de maatschappij. Een van Pauli’s grote voorbeelden is koffiedik omzetten naar paddenstoelen en dat is me altijd bijgebleven. Ik ging onderzoeken hoe ik duurzaam kon ondernemen.”

Alles zelf ontdekken

April 2016 kreeg ze haar eerste locatie tot haar beschikking. “Daarvoor was ik altijd interimmer in IT-organisaties geweest. Nu was ik opeens aan niemand verantwoording schuldig en kon direct bezig zijn met de inhoud. Waar ga je je oesterzwammen verkopen? Hoe verkoop je jezelf? Ik moest alles zelf uitzoeken als duurzame ondernemer. Daarvoor ging ik tussen de zwammen zitten, de stilte opzoeken, boeken lezen over de verweven natuur en ondervinden wat me overkwam. Dat had ik nodig om anders naar dingen te leren kijken.”

In het begin snapte niemand waar ze het over had. Circulair en duurzaam? “Nu een jaar na corona is het kwartje gevallen en spreekt men over transities. Er wordt nagedacht over het volledig model en de pijnpunten die moeten worden opgelost. Hoe voorkomen we bodemverarming? Wat doen we met afval? Hoe kunnen we voedsel creëren in de stad? En met wie doen we dat? Geen quickwins meer om snel geld te verdienen maar duurzaam samenwerken en iedereen daarin meenemen.”

Na het eerste jaar begon Annelies ook op het vlak van arbeidsparticipatie te ondernemen. “Er lopen nu twintig mensen rond, vijf stagiaires, vijf mensen met expertise, een groep mensen met afstand tot de arbeidsmarkt en een paar mensen in dagbesteding... een groot gemêleerd gezelschap. Zo verschrikkelijk cool! Waarom heb ik dat niet eerder gedaan?!”

Breder leren kijken

De oplossing voor alle problemen is volgens Annelies breed kijken en samenwerken. “Echte impact maak je met de lokale community. Je doet dit

niet alleen.” HaagseZwam werkt met allerlei duurzame ondernemingen samen om kringlopen te sluiten en verder uit te breiden. Zoals met Restaurant Hagedis, die tapenade en ingelegde oesterzwammen maakt en brouwerij Vet&lazy dat zwambier brouwt. Zo kwam Annelies ook in contact met Deloitte. “We werken nu samen aan de City Deal Impact Ondernemen, een samenwerking tussen overheid en maatschappelijke ondernemers om de drempels in de praktijk te verminderen. Denk daarbij aan beleid, regelgeving en toegang tot financieringsstromen.”

De insteek van Annelies is holistisch: “Als we aan de ene kant groen bezig zijn met zonnepanelen, die aan de andere kant in China onder dwangarbeid worden geproduceerd, dan zijn we nog steeds niet helemaal goed bezig. Je moet het volledig zien, het ene niet uitsluiten van het ander. Creëer je arbeidsplaatsen in Den Haag? Dat is super, maar kijk dan vervolgens naar de uitstoot van de auto’s waarin je medewerkers naar hun werk gaan. Dat is het verschil tussen MVO-ondernemen en *impact first* ondernemen: het grote verband zien en daarmee verbinden. Veel mensen willen wel wat gaan doen, maar weten niet wat.

De crux zit in het verbinden met de lokale gemeenschap, kijken wat er goed en minder goed gaat en daar wat mee gaan doen.”

Bewust worden van je eigen impact

“Gezamenlijk maken we het verschil. De individuele bijdrage daarin is essentieel: dat werkt als een rimpel-effect. Wees bewust wat je wel kan bereiken en gebruik dat goed. Iedereen doet er heel erg toe”, stelt Annelies. Ze houdt van aanpakken en draait nogal altijd volop mee in de bedrijfsvoering nu het bedrijf is gegroeid. Het meest trots is ze op de bedrijfscultuur binnen HaagseZwam:



“Er komen heel veel mensen over de vloer, sommigen met een rugzakje. Hier ervaren ze onze drie kernwaarden: eerlijkheid, vertrouwen en respect. Dat dragen we uit in alles wat we doen. Daardoor ga je breder kijken en laten we zien: zo kan het ook!”

Jasper Kool, Happy Tosti

**‘Waar word
je nou echt
gelukkig van?’**



Jasper Kool stelde met zijn drie compagnons het ambitieuze doel voor 2030 om 2500 mensen met een beperking aan een betaalde baan te helpen. “Dat is zeker niet onrealistisch”, stelt Jasper. “Als bedrijf kun je sociaal en commercieel heel goed samenbrengen. De kernwaarde daarvoor is mensen gelukkig maken.”

In Nederland zijn ruim 1.5 miljoen mensen afhankelijk van een uitkering waarvan de meesten ook een afstand tot de arbeidsmarkt hebben. Sommigen mensen hebben een aantoonbare arbeidsbeperking zoals autisme, een lichamelijke beperking, visueel- of auditief beperkt, minder geluk in het leven of een verleden met justitie of verslaving. Een enorm arbeidspotentieel wat niet goed benut wordt, vindt Jasper. Aan de andere kant ziet hij een enorme vraag aan mensen voor operationele functies, bij cateraars, horeca en in de hospitality.

Sociaal en commercieel

Dat is letterlijk een gat in de markt, zegt Jasper. Hij is pas trotse vader geworden van een tweede kindje, maar alweer druk aan de slag met zijn bedrijven: zeven Happy Tosti-vestigingen, Lekker Brood, Milieuwerk Amsterdam en Social Capital, het overkoepelende detacheringsbedrijf. “Vanuit Social Capital koppelen wij de arbeidsvraag aan mensen met een kwetsbare arbeidsmarktpositie. We zetten onze mensen eerst in bij onze eigen merken. We kijken naar waar die persoon gelukkig van wordt. Waar krijg je inspiratie van? Wat vind je leuk om te

doen? Koffiezetten, gasten bedienen, afwassen, bestellingen opruimen... als je iets leuk vindt, dan word je er vanzelf goed in, dat geldt voor iedereen. We zorgen voor stapsgewijze begeleiding en laten iedereen meedenken over hun eigen groei.”

“Een volgende stap is detachering bij externe opdrachtgevers”, schetst Jasper. “Onze jobcoaches hebben relevante werkervaring in de branches van onze klanten en zorgen daar voor individuele begeleiding. Met *jobcarving* – het op maat maken van een baan – en coaching van de reguliere

werknemers zorgen we ervoor dat onze mensen goed landen. En werkgevers merken die toegevoegde waarde op de werkvloer: we kunnen zo taken zoals crowdmanagement of ticketing op een voordelige manier invullen, wat weer reguliere medewerkers vrijspeelt voor andere taken. Dit laat zien dat je maatschappelijke impact kunt maken op een commercieel gezonde manier.”

‘De inclusieve arbeidsmarkt mogelijk maken’

Sociaal ondernemerschap is niet gemakkelijk in Nederland, meent Jasper, zeker niet met meerdere vestigingen.

Elke gemeente hanteert andere regels, beleid en benamingen. Daardoor ziet Jasper veel onnodige bureaucratie rondom sociaal ondernemen. “Aan de ene kant is dat begrijpelijk, want je wilt deze doelgroep beschermen. Aan de andere kant zijn ondernemers er zoveel tijd aan kwijt dat ze er weer snel mee willen stoppen. Met Social Capital nemen wij die administratie uit handen, zodat bedrijven die sociaal willen ondernemen dat ook direct kunnen doen.”

Natuurlijk moet er wel intrinsieke motivatie aanwezig zijn. “Anders kan

het alleen maar fout gaan. Het is geen middel om een aanbesteding te winnen, het gaat hier om mensen en die moet je goed beschermen en begeleiden. Als zo iemand na twee maanden weer teleurgesteld thuiszit, dan heb je meer kwaad dan goeds gedaan." Jasper ziet het regelmatig gebeuren in de praktijk: "Een baan ergens aangevraagd door de gemeente, vaak inspiratieloos en zonder enige inspraak op de eigen functie. Dat gaat niet goed en dat is logisch: iedereen verliest zijn motivatie wanneer je iets moet doen waar je niet gelukkig van wordt."

'Echte impact maken'

De Deloitte Impact Foundation begeleidt de fusie van Happy Tosti Groep met Milieuwerk Amsterdam. "We waren even groot en deden eigenlijk hetzelfde: met jobcoaches betaalde banen voor deze doelgroep realiseren. Door te fuseren kun je kosten besparen en nog meer impact maken", zegt Jasper. "Er komt veel kijken bij een fusie, financieel en fiscaal. Deloitte helpt ons bij deze vraagstukken. Met advies, de strategie, bedrijfscoaching, netwerken en verbinden stomen ze ons klaar om die doelstelling van 2500 banen echt te realiseren."



Wat volgens Jasper vaak nog wordt vergeten: door deze groep mensen structureel aan het werk te krijgen wordt er ongelooflijk veel belastinggeld bespaard. Uitkeringen, schuldhelpverlening, justitie... daar komen zelfredzaamheid en gelukkige mensen voor terug. "Dat is pure winst voor de maatschappij", concludeert Jasper. Hij ziet dat steeds meer bedrijven voor een andere invulling durven te kiezen: "Onlangs hebben we een paar mooie grote projecten gewonnen. De maatschappij verandert, sociale impact wordt belangrijker. Dat biedt mij hoop en motivatie. Die 2500 banen gaan we zeker halen."



Mireille Geijsen & Michiel
Dekkers, i-did

**'Neem je
verantwoording
voor mensen en
grondstoffen'**



Voor Mireille Geijssen en Michiel Dekkers vallen de sociale en duurzame component samen in i-did, de onderneming die ze als zakenmaatjes runnen. Ze gaan voor impact op twee fronten: inclusie en duurzaamheid. Met een eigen viltfabriek als aanjager van een groeiend netwerk van sociale ateliers gaan ze de textielverspilling te lijf en kunnen medewerkers weer dromen.

Jaarlijks beleeft een groeiend aantal langdurig werklozen een kickstart bij i-did. In een van de ateliers, in Utrecht of Den Haag, ontdekken ze hoe leuk werken is. Dankzij intensieve coaching on the job stroomt ruim 70% door naar ander werk.

De verbindende impact van werk

Mireille: “We bieden eenvoudig productiewerk in een veilige, inspirerende setting, met veel aandacht voor de sociale en verbindende factor. We werken met vilt, gemaakt van textielafval. Zo zetten we waardevolle mensen in hun kracht en ruimen we samen de afvalberg op.”

Sinds kort produceert i-did zijn grondstof in een eigen viltfabriek onder het Haagse atelier. Er zit een circulair concept achter: klanten leveren hun resttextiel aan en nemen vervolgens producten van vilt af. Michiel: "Met de eigen productie van vilt hebben we meer grip op de receptuur en kunnen we beter maatwerk leveren."

De viltfabriek is een mijlpaal in de synergie tussen Michiel en Mireille, die haar zzp-bestaan als grafisch designer in 2009 inruilde voor i-did. "Een Koerdische vriendin, die permanent bot ving op de arbeidsmarkt, zette me aan het denken over een laagdrempelige kans

op werkritme en vertrouwen. Het werd een naaiatelier, het had ook een koekjesbakkerij kunnen worden. De essentie was eenvoudig beginnen en doorgroeien."

Medewerkers groeiden door, maar Mireille's onderneming stagneerde. De afzetmarkt voor het i-did slow fashion label bleek beperkt. "Een modemerken in de markt zetten vergt waanzinnige marketingbudgetten. Die had ik niet, dus het voortbestaan van i-did wankelde. Toen kruiste Michiel mijn pad, die een nieuw ondernemings- en investeringsproject zocht."

Een halt aan de grenzeloze verspilling van textiel

Michiel Dekkers, succesvol pionier in 3D-printen, nam na de verkoop van zijn bedrijf een sabbatical. Maar ondernemersbloed kruipt waar het niet gaan kan en het initiatief van Mireille intrigeerde hem. “Ik had geen ervaring met consumentenproducten, dus ging ik op aangeven van Mireille nadenken over een schaalbaar B2B-model, geprikkeld door de mateloze verspilling van textiel. Dertig procent van alle kleding gaat ongedragen naar de afvalcontainer. Onacceptabel.” De ‘klik’ tussen Michiel en Mireille

resulteerde in een nieuwe route. In 2014 verlegde i-did de focus naar gerecycled vilt. Dat resulteerde in 2016 in een nieuw assortiment tassen, accessoires, relatiegeschenken en een succesvolle lijn van akoestische interieurproducten. De sociale onderneming – op handen gedragen door Stichting Doen en Rabo Foundation – bindt grote merken zoals KLM en IKEA aan haar zijn doelen. IKEA Zweden gaf groen licht voor een Nederlandse vilt-collectie.

In 2018 won i-did een prijs van de Deloitte Impact Foundation. Mireille: “We kregen een prachtig

ondersteuningspakket. Sindsdien helpt Deloitte ons binnen een erg fijn samenwerkingsverband verder te professionaliseren." Michiel: "Als ondernemer loop je geregeld tegen taaie vraagstukken aan. Die lossen de specialisten van Deloitte perfect voor ons op. Het is tweerichtingsverkeer. We inspireren elkáár."

Mireille en Michiel zien hun nieuwe viltfabriek in Den Haag als vliegwiel. Michiel: "Door zelf vilt te maken kunnen we ons assortiment verbreden. Dat slingert de vestiging van nieuwe ateliers aan, in heel Nederland. Daarnaast bestuderen we met IKEA en Deloitte een grensoverschrijdende franchiseformule. We dagen ondernemend Nederland uit om zich bij ons aan te sluiten."

Anderen inspireren

Mireille: "Klanten vragen soms waarom we vasthouden aan twee routes, duurzame viltproductie en eigen, sociaal gedreven ateliers. Voor ons zijn deze wegen onlosmakelijk met elkaar verbonden. Ik wil anderen inspireren en laten zien hoe leuk, belangrijk en verbindend werk is. Dat onze atelierteams bovendien bijdragen aan het terugdringen van de afvalberg geeft het werk extra betekenis."

Michiel: "Ik ben allereerst ondernemer. Door de sociale dimensie die Mireille aan ondernemerschap verleent, kijk ik nu anders naar de groep mensen die aan de kant staat. Het is bijzonder om bij te dragen aan zingeving en een volwaardige plek in de samenleving."

7 impact ondernemers aan het woord



Maar ik beleef ook plezier aan innovatie en commercie. Het succes van onze producten is de kernvoorwaarde voor de impact die we willen maken."



A photograph of a man with glasses and a colorful jacket standing on a balcony, talking on a mobile phone. The balcony has a black metal railing. In the background, there is a brick building and a flag with the letters 'ST'. A large green circular graphic is overlaid on the right side of the image, containing text.

Bart de Bart,
Studeren & Werken op Maat

**'Impact maken,
impact meten'**



Bart de Bart, oprichter en directeur van stichting SWOM (Studeren & Werken op Maat), liet onlangs een analyse los op de impact van zijn social enterprise die bijzondere Young Professionals begeleidt naar werk. Niet uit twijfel, maar omdat hij vaak te horen krijgt dat hij duur is. “Dat is ook zo”, zegt hij, “maar de samenleving krijgt er veel voor terug.” De onafhankelijke analyse bevestigt Barts stelling: in plaats van netto-ontvangers worden SWOM-studenten netto-besteders.”

Stichting SWOM bouwt bruggen voor hoger opgeleide jongeren (hbo/wo) die vanwege fysieke of mentale obstakels moeite hebben met de stap van studie naar werk. Het gaat om ‘Bijzondere Mensen’, in de woorden van Bart, met een hobbelig verloop van hun jonge jaren en opleidingsroute. Velen zien de stap naar het ‘echte leven’ als een sprong in het duister.

Bart kwam in 1988 ter wereld als prematuur kind. Door zijn te vroege geboorte (drie maanden) was hij kwetsbaar en vaak ziek. Met veel onderbrekingen worstelde hij zich

door zijn school- en studiejaar heen. Dankzij de actieve ondersteuning en begeleiding van zijn ouders kwam hij op zijn pootjes terecht. Bart: "In andere omstandigheden was ik waarschijnlijk vastgelopen. Ik had geluk, wat lang niet voor iedereen is weggelegd. Het maakt echt uit waar je wieg heeft gestaan."

Vanuit dit besef richtte Bart in zijn studietijd (Bestuurskunde/ Overheidsmanagement) een actiegroep op om de slechte aansluiting van studie op werk voor Bijzondere Mensen op de kaart te zetten. De herkenning en erkenning was zo groot dat hij in 2012

zijn methodiek van 'integrale coaching' bedacht en er een businessmodel aan verbond. De laatste jaren zit zijn stichting Studeren & Werken op Maat in een stroomversnelling. De coronacrisis doet daar een schepje bovenop.

Meer aanmeldingen dan ooit

"We hebben het altijd druk, maar met corona hebben we meer aanmeldingen dan ooit. Dat komt misschien doordat de crisisverlening aan kwetsbare mensen is toegenomen, waarbij werk een belangrijk perspectief is. Corona heeft nog een bijzonder effect. Door het vele thuiswerken lijkt iedereen eindelijk

te beseffen wat de sociale impact van werk is.”

Bart, opgegroeid in een ondernemersfamilie in Zeeland, ziet zichzelf als ondernemer. Zijn rol? Netwerken, de koers bijstellen en bewaken, nieuwe initiatieven ontplooiën. “Daar heb ik mijn handen vol aan. De afgelopen anderhalf jaar groeiden we van twintig naar ruim dertig medewerkers, allemaal mensen die de problematiek in hun eigen leven of directe omgeving meemaakten. We zitten op drie locaties en werken aan landelijke spreiding. Want iedereen

heeft het recht om in zijn eigen regio binnen te lopen bij loopbaanregisseurs die je écht begrijpen.”

Integrale coaching

SWOM realiseert jaarlijks ruim tweehonderd instroomtrajecten. Integrale coaching betekent: intensieve begeleiding en training van de starters, aandacht op maat voor hun omgeving en ondersteuning van de partnerbedrijven die de vacatures leveren. De reguliere begeleiding is, weet Bart uit ervaring, vaak ‘truttig’ – niet afgestemd op het volwassen denkniveau van hoger opgeleiden. “Wij

werken radicaal anders. We houden onze Young Professionals een spiegel voor en leggen de nadruk op eigen kracht, verantwoordelijkheid en commitment. We gaan immers een heftige en avontuurlijke reis aan met elkaar.”

Die reis duurt minstens een jaar. De bestemming ligt vast: een goed betaalde starterspositie bij een van de partnerorganisaties, lokale en landelijke overheden en een dwarsdoorsnede van het bedrijfsleven. “Begeleiding naar duurzaam werk,” zo noemt Bart zijn core business. “Het liefst zo persoonlijk mogelijk, maar tijdens corona lopen alle

trajecten digitaal door. We dulden geen stilstand.”

Deloitte Impact Foundation is een van de partnerorganisaties die participeert in de begeleiding en plaatsing van de Young Professionals van SWOM. De samenwerking reikt verder. Bart: “Deloitte heeft analysetools gemaakt om de impact van onze inzet te meten. Je kunt wel roepen dat je ertoe doet, maar je staat sterker als je het bewijst. Wat we doen bespaart de samenleving veel geld, direct en op termijn. Zorgkosten nemen af, de kans op ontsporing wordt veel kleiner. Ik



kan aansprekende cijfers laten zien om werkgevers te overtuigen mee te doen. Dat is belangrijk. Maar voor mij persoonlijk is het veel belangrijker om te zien hoe mensen hun weg vinden, opbloeien en enthousiaste professionals worden. Dat is de meest wezenlijke opbrengst van onze social enterprise.”

“Het succes van onze producten is de kernvoorwaarde voor de impact die we willen maken.”

Over de Deloitte Impact Foundation

Via de Deloitte Impact Foundation zet Deloitte zich in voor een positieve impact op de samenleving. We geloven dat we het grootste verschil kunnen maken door onze kerncompetenties, kennis en netwerk te delen in maatschappelijke initiatieven. En daarmee impact te maken op het gebied van onderwijs & werkgelegenheid, duurzaamheid en een duurzame samenleving.

Het programma Social Scaling Enterprises is onderdeel van ons WorldClass programma; het Deloitte programma dat gericht is op het

bevorderen van de arbeidsmarktpositie van 35.000 mensen per jaar gedurende 10 jaar lang. Het WorldClass programma is een belangrijke pijler van Deloitte. Vanuit de Deloitte Impact Foundation stellen wij pro bono expertise, vaardigheden en netwerken ter beschikking aan impact ondernemers die door willen groeien. Hierdoor zal de arbeidsparticipatie van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt toenemen en dat is geweldig voor iedereen.

De Deloitte Impact Foundation heeft twee benaderingen voor de maatschappelijke initiatieven:

1. Medewerker gedreven initiatieven: Via ons interne sociale betrokkenheidplatform kunnen alle Deloitte NL-collega's hun eigen initiatief starten of zich aansluiten bij een bestaand initiatief om maatschappelijke impact te creëren. Alle collega's kunnen een percentage van hun werktijd besteden aan dergelijke initiatieven die worden ondersteund door het bestuur van Deloitte. Ze worden aangemoedigd om betrokken te raken bij goede doelen die hen na aan het hart liggen.

2. Het vergroten van impact door samenwerking: De wereld van vandaag wordt geconfronteerd met grote mondiale en lokale uitdagingen op maatschappelijk, ecologisch en economisch vlak. Er moeten dringend nieuwe, duurzame wegen gevonden worden. Het wereldwijde netwerk van Deloitte

stelt ons in staat om samen te werken met externe partners en zo bij te dragen aan de aanpak van enkele van de meest uitdagende problemen in onze samenleving. Om dat goed te doen, hebben we specifieke ecosystemen uitgekozen waarmee we een grotere, zichtbare en blijvende impact kunnen creëren door samen te werken.

Als grote professionele dienstverlener in Nederland heeft Deloitte zowel het vermogen als de verantwoordelijkheid om goed te doen voor de samenleving en een positief verschil te maken. Om onze impact te focussen en te optimaliseren, hebben al onze initiatieven betrekking op een of meer van de onderstaande thema's.

Via de Deloitte Impact Foundation...

1. helpen we mensen aan een betere toekomst

via WorldClass: Het Global WorldClass-programma van Deloitte heeft het doel om in 2030 het toekomstperspectief van 50 miljoen mensen wereldwijd verbeteren. In Nederland richten onze WorldClass-initiatieven zich op onderwijs en werkgelegenheid, waarmee indirect ook onze Nederlandse economie op de lange termijn wordt ondersteund.

2. beschermen we ons milieu met duurzaamheidsinitiatieven: Met internationale duurzaamheidsinitiatieven beschermen we ons milieu door de oorzaken en gevolgen van de opwarming van de aarde en de aantasting van land, water en lucht aan te pakken. Dit aandachtsgebied is gericht op het ondersteunen van toekomstige generaties op onze planeet, zodat ook zij in een gezonde en duurzame omgeving kunnen leven.

3. dragen we bij aan een duurzame samenleving: Dit laatste, brede thema stelt onze mensen in staat een initiatief te starten dat hen aan het hart ligt of zelfs betrekking heeft op hun lokale gemeenschap. De initiatieven kunnen ondersteuning bieden aan uitdagingen die te maken hebben met de kwaliteit van leven in Nederland. Zoals leefomstandigheden, gezondheid, eenzaamheid, veiligheid en economisch welzijn. Ze kunnen een nationale of lokale reikwijdte hebben en van tijdelijke of langdurige aard zijn.

Bezoek www.deloitteimpactfoundation.nl voor meer informatie of deel uw vragen en gedachten met het Program Management Office van de Deloitte Impact Foundation via NLFoundation@deloitte.nl

Contact

Edwin Jong | ejong@deloitte.nl

Programmamanager Social Return &
Scaling Social Enterprises

Johan Stuiver | jstuiver@deloitte.nl

Programmadirecteur WorldClass

Een speciaal woord van dank gaat uit naar alle ondernemers voor hun bijdrage aan dit boek.

Als u meer wilt weten over Deloitte Impact Foundation en onze activiteiten, neem dan contact op via NLFoundation@deloitte.nl

Colofon

Tekst

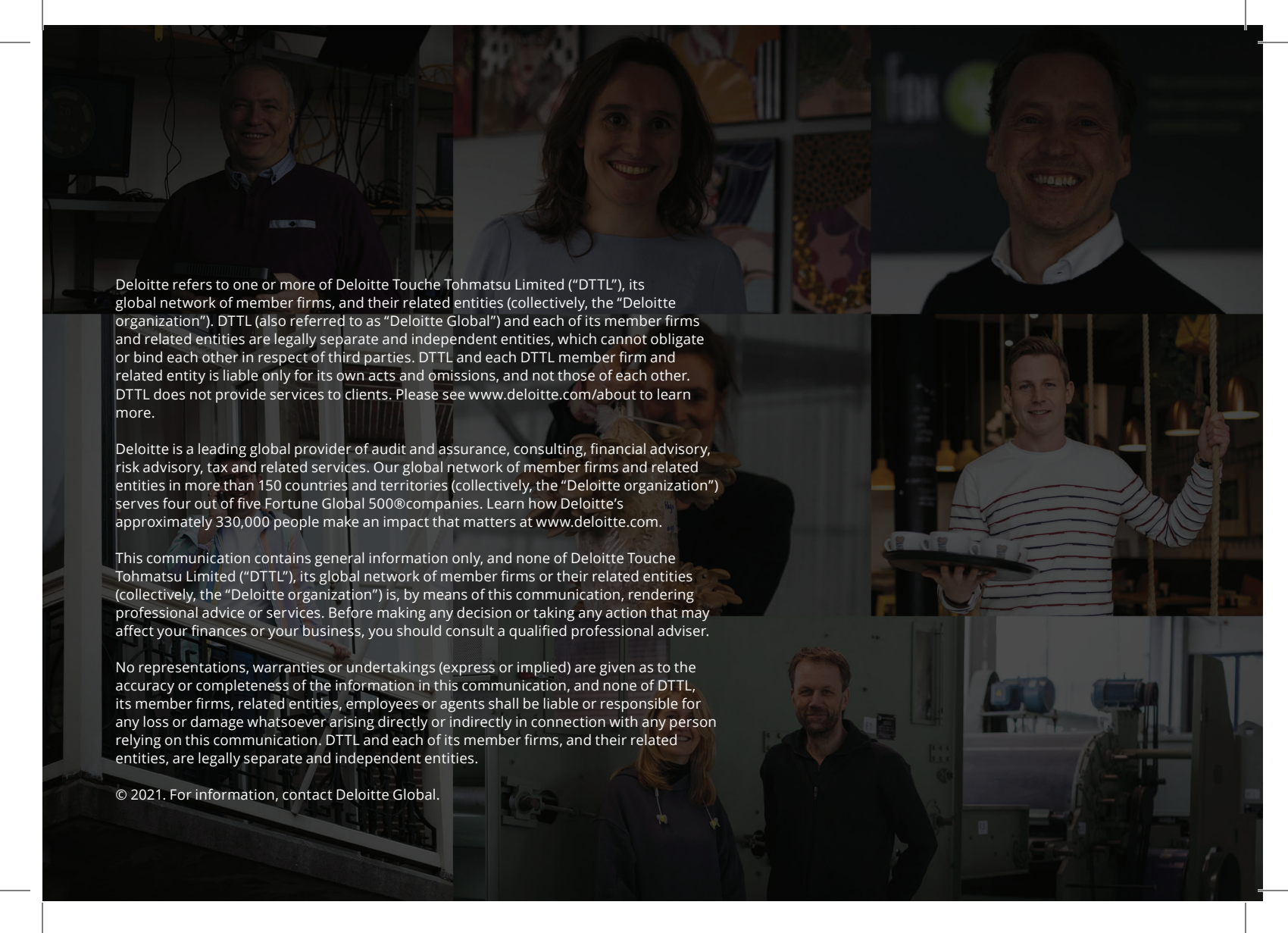
Thomas Lapperre & Ton Hilderink in opdracht van Deloitte Nederland

Foto's

Emile Vrolijk

Vormgeving

Brand & Communications Deloitte Nederland



Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms, and their related entities (collectively, the “Deloitte organization”). DTTL (also referred to as “Deloitte Global”) and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of each other. DTTL does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more.

Deloitte is a leading global provider of audit and assurance, consulting, financial advisory, risk advisory, tax and related services. Our global network of member firms and related entities in more than 150 countries and territories (collectively, the “Deloitte organization”) serves four out of five Fortune Global 500® companies. Learn how Deloitte’s approximately 330,000 people make an impact that matters at www.deloitte.com.

This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms or their related entities (collectively, the “Deloitte organization”) is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser.

No representations, warranties or undertakings (express or implied) are given as to the accuracy or completeness of the information in this communication, and none of DTTL, its member firms, related entities, employees or agents shall be liable or responsible for any loss or damage whatsoever arising directly or indirectly in connection with any person relying on this communication. DTTL and each of its member firms, and their related entities, are legally separate and independent entities.

© 2021. For information, contact Deloitte Global.