

Verlag SROI-congres Nijenrode, 12 december 2005

HET ONMEETBARE MEETBAAR?

Tijdens de vijfde editie van de Start Foundation studiedag op 12 december 2005:

“Maatschappelijk rendement meten, hoe doe je dat?”, stond de methodiek van Social Return on Investment (SROI) centraal.

SROI: wat is dat eigenlijk? En is het een zinvolle aanvulling op bestaande instrumenten? Start Foundation directeur Verhoeven opende het al weken uitverkochte evenement met een kwinkslag en een eerlijke biecht. Hij vond het wel bijzonder om nu eens in het ‘penthouse’ van de samenleving te zijn. Die metafoor gebruikte hij om aan te geven dat Start Foundation meestal in het “souterrain” van de samenleving te vinden is. Hij vervolgde met een eerlijke constatering dat Start Foundation al sinds het bestaan aan het worstelen is met het in kaart brengen van het eigen maatschappelijk rendement. “Je zou er bijna tureluurs van worden, als je alle invalshoeken langs loopt,” zo sloot hij af.

Kok: “Geen veramerikanisering”

Oud-premier **Wim Kok**, die zelf bijna vijftig jaar geleden op Nijenrode studeerde (‘57-‘58), werd aan het begin van de middag door discussieleider Jeroen Smit vakkundig geïnterviewd. Kok is ook bestuurslid van Start Foundation, de organisator van het seminar. Wat vindt Kok van “Meten is weten”? Kok erkende dat het meten van resultaten belangrijk is. In tegenstelling tot wat oud-staatssecretaris Van Eijk beweert doet de overheid steeds meer aan doelmatigheids- en efficiencytoetsen. Maar, zei hij, het meetproces staat nog in de kinderschoenen. “We moeten ook waken voor veramerikanisering van de samenleving”. Hiermee doelde Kok dat resultaten belangrijk zijn, maar dat niet altijd getallen en cijfers de doorslag moeten geven. “Dan vallen ongetwijfeld groepen en mensen uit de boot. Dat kan nooit de bedoeling zijn van maatschappelijk investeren”. Want, volgens Kok, is iedere “gift een investering. Hoe onmeetbaar soms ook”.

Hulpmiddel

“Meten is een hulpmiddel en geen doel”, erkende **Johan Wempe**, directeur van MVO Nederland en hoogleraar bedrijfsethiek aan de Erasmus Universiteit. MVO is dan ook géén liefdadigheid. “MVO moet onderdeel zijn van het strategisch ondernemingsbeleid. Vanuit de kerncompetenties van het bedrijf. Een bedrijf moet de intentie hebben om bij te willen dragen aan maatschappelijke oplossingen. Dat is ook in het commercieel belang van het bedrijf”, verkondigde Wempe vurig. “Kom dan eens met voorbeelden?”, daagde discussieleider en voormalig journalist Jeroen Smit de MVO-directeur uit. Wempe kwam gelukkig met mooie voorbeelden van multinationals die in ontwikkelingslanden samenwerkingsverbanden met lokale NGO’s waren aangegaan. Maar zijn de resultaten daarvan echt meetbaar? “Nog moeilijk”, moest Wempe erkennen.

Economie vermaatschappelijkt

Filantropie-professor **Theo Schuyt** hield het gehoor nog eens voor dat 20% van alle bedrijven in Nederland hun medewerkers stimuleren aan vrijwilligersparticipatie mee te doen. Dat

percentage groeit. Ook wordt veel wetenschappelijk onderzoek met privaat geld betaald. De samenleving vereconomiseert en de economie vermaatschappelijkt, volgens Schuijt. “Overheid, bedrijfsleven en NGO’s moeten met elkaar samenwerken om bij te dragen aan maatschappelijke vraagstukken en optimaal gebruik te kunnen maken van de filantropische, vierde geldstroom”, zei Schuyt. “De politiek ziet dat nog onvoldoende”. Maar is het resultaat van de investeringen van private bijdragen door bedrijven en fondsen in de samenleving nu allemaal al meetbaar? 'Moeilijk', zei Schuyt. “De methodiek van SROI, kan dat stimuleren”.

Overheid meet niet

Afrekenen op doelmatigheid wordt volgens voormalig staatssecretaris van Financiën (Kabinet Balkenende I) en belastingdeskundige **Steven van Eijk** bij de overheid in ieder geval nog veel te weinig gedaan. “De samenleving verandert maar de overheid niet. De overheid is nog te aanbodgericht in plaats van met de vraag en wensen van de burger rekening te houden. Niemand bij de overheid is verantwoordelijk. Er wordt nog verticaal in kolommen gedacht in plaats van horizontaal in oplossingen”. Hij bedoelde hier onder andere mee dat integrale samenwerking tussen ministeries bij het oplossen van bijvoorbeeld integratievraagstukken tussen autochtonen en allochtonen nauwelijks gebeurt. “Ieder ministerie werkt aan zijn eigen oplossing. Dat werkt dus niet”, zei Van Eijk.

Valid Express

Vervolgens werden op de studiemiddag een aantal praktijkvoorbeelden van het meten van maatschappelijk rendement gegeven. **Nicolette Mak**, directeur van Valid Express, een bedrijf voor mensen met een lastig lichaam, heeft een SROI-analyse laten maken door o.a. Sil de Graaf van Start Foundation. De Graaf gaf aan hoe hij de financiële en maatschappelijke kosten en baten van Valid Express in kaart heeft gebracht en welke extra kosten en opbrengsten er gepaard gaan met een bedrijf met een dubbele doelstelling. Zoals duurdere koeriersauto's en dus hogere lease-kosten als gevolg van het aanpassen van de auto's aan de medewerkers. Ook de 'waarde van de publiciteit' is door hem in kaart gebracht. Zijn conclusie was dat een SROI-analyse het bestaansrecht van een sociale onderneming aangeeft. Nicolette Mak gaf aan hoe zij de onderzoeksresultaten gebruikt om nieuwe klanten voor haar bedrijf te werven: “Neem bij Valid Express voor 30.000 euro diensten af en u helpt één gehandicapte fulltime aan het werk!”.

Rekenkamer Rotterdam

Robert Mul, directeur van de Rekenkamer in Rotterdam, had een verfrissende blik op de materie van “Meten en weten”. De rekenkamer heeft een onafhankelijke positie. “Door aan de hand van het collegeprogramma met een nul-meting doelen te stellen kunnen resultaten worden gemeten”, liet Mul zien. “Stel echter niet te veel doelen. Het moet overzichtelijk blijven. Stem ook niet op beloftes, maar op behaalde resultaten”, adviseerde Mul. Dat geldt dan wel voor de termijn van een raadsperiode van vier jaar. “Effecten voor de langere termijn zijn politiek moeilijk te verkopen in de kiezersgunst”, erkende Mul. “Maar door meetbare doelen te stellen zijn politici wel afrekenbaar”.

Philips

In de presentatie van Philips door **Frank Visser** werd aangetoond dat investeren door dit commerciële bedrijf in een maatschappelijke zaak (in het geval van Philips het Werkgelegenheidsplan) een maatschappelijk rendement heeft van 1:5. Met andere woorden: iedere euro die door de overheid in het Werkgelegenheidsplan wordt geïnvesteerd levert de maatschappij een besparing op van 5 euro. Visser gaf aan dat de gehanteerde berekeningswijze nauwkeurig en met inbegrip van alle kosten en baten was opgesteld en door een externe accountant controleerbaar is.

Voor en tegens

Na de pauze gingen **Peter Scholten** (de man die SROI in Nederland heeft geïntroduceerd) en Marcel Pheiffer van Nivra Nijenrode met elkaar in debat over zin en onzin van het meten van maatschappelijk rendement. Peter Scholten beschreef in zijn verhaal het belang van het stellen van meetbare doelstellingen en het bewaken van de voortgang hierop. Niet alleen procesmatig maar vooral ook op concrete resultaten voor alle stakeholders van een maatschappelijke investering. Geen simpele recht-toe-recht-aan berekeningen, maar rekening houdend met 'deadweight' (resultaten die toch al zouden zijn gerealiseerd, ook zonder het sociale bedrijf) en attributie (de mate waarin gevolgen toe te schrijven zijn aan de sociale onderneming en de rol van andere instellingen/bedrijven). Hij waarschuwde voor een te simpele voorstelling van zaken: het gaat om het vaststellen van goede indicatoren voor de maatschappelijke verandering die men tot stand wil brengen. Hij eindigde met de stelling: "wat je niet kunt meten, kun je niet managen".

Marcel Pheijffer, voorzitter van het bestuur van Nivra Nijenrode en hoogleraar Forensische Accountancy bij Universiteit Nijenrode was nogal sceptisch over S-ROI. Hij was in de rol gezet van criticaster. "Creëren we geen schijnzekerheid?", vroeg hij zich af. Pheijffers bijdrage had dan ook als titel "Meten van het onmeetbare". "Aandacht voor sociaal rendement in het algemeen en SROI in het bijzonder is prima", zei hij. "Maar loop niet te hard van stapel. Streven de gebruikers van dit instrument niet na het onmeetbare te meten? Creëren we geen schijnzekerheid en cijferfetisjisme? Blijf met je hart spreken en laat je niet opjatten met cijfers". Volgens Pheijffer is de methodiek van SROI nog niet verfijnd genoeg om effecten van maatschappelijke investeringen (door particulieren en overheid) in cijfers en getallen te kunnen uitdrukken. "SROI staat nog in de kinderschoenen. Instrumentontwikkeling dient multidisciplinair te ontstaan. SROI moet geen modeverschijnsel zijn, net zoals bij de opkomst van MVO. Daar was ik destijds ook kritisch over. En terecht toen", merkte de zelfbewuste Pheijffer op.

De studiedag Maatschappelijk rendement meten, hoe doe je dat? was een coproductie van Start Foundation in samenwerking met FM, tijdschrift over Filantropie, NIVRA-Nijenrode en Scholten & Franssen consultancy BV.