

Werkplaats 24

koninklijke
nederlandse
heidemaatschappij

VSBfonds,
iedereen doet mee

Het geheim van maatschappelijk
én succesvol ondernemen



Het geheim van Landerij de Park

"Je moet een duidelijk concept en een doelgroep hebben"

Geld als sociale motor

"Ondernemende burgerinitiatieven zijn minder afhankelijk van subsidies"

De balans tussen controle en loslaten

Bewonersinitiatief versus gemeente

Geld als sociale motor

Ondernemende initiatieven zijn minder afhankelijk van subsidies en fondsen 4

Inspiratie uit Schotland

Eilandbewoners kopen en beheren eigen eiland 18

Do's en dont's voor het starten van een bewonersbedrijf 22

De Civic Source: bankrekening van je wijkorganisatie 26

Gemeente versus initiatief
Bewoners richten eigen zorgcorporatie op 31



FOTO: FOTOBUREAU HOGE NOORDEN



FOTO: VVB FOTOGRAFIE JOHN VOERMANS



FOTO: WIL GROENHUIJSEN



FOTO: CIVIC SOURCE



FOTO: FOTOBUREAU HOGE NOORDEN



FOTO: ERIK VAN 'T HULLENAAR

Verder in dit nummer

Project: Landerij de Park	8
Pitchen met impact	10
Project: Dorpswinkel Sauwerd	12
Investeerders aan het woord	14
Kort	19
Project: Windmolen Reduzum	20
Project: Zorgcorporatie Mariënveld	24
Project: Het Bruishuis	28
Kort	30
Project: Dorpshuis Pieterburen	34
Toen & Nu	36

Impact met een stevig verdienmodel

Sociaal ondernemers hebben veel kennis van en ervaring met kwetsbare doelgroepen, maar missen soms goed ondernemerschap. Terwijl een ondernemende manier van denken en werken veel oplevert. Het verkleint de afhankelijkheid van subsidie en de overheid, creëert kansen voor kwaliteitsverbetering en leidt tot innovatie.

Maar belangrijker nog is de impact die je kunt maken: hoe kun je niet alleen blijven bestaan, maar voldoende winst maken om die ook weer te investeren in de gemeenschap? Zo ben je minder afhankelijk van de overheid, is er vertrouwen in de gemeenschap en maak je daadwerkelijk die gewenste impact.

In deze Werkplaats willen we naast ambitieuze sociale initiatiefnemers ook de overheid inspireren. Gemeentes staat vaak 'aan' of 'uit'. Ze knuffelen sociaal initiatieven dood, of ze laten ze doodbloeden. Hoe vind je als gemeente een goede balans in het houden van controle en tegelijkertijd loslaten en vertrouwen op de initiatiefnemers? Met inspirerende en concrete voorbeelden willen we laten zien dat dit kán. En vooral: hoe dan.

Voorbeelden als Landerij de Park, Het Bruishuis en Zorgcorporatie Mariënveld laten zien dat je een stevig verdienmodel nodig hebt om impact te kunnen maken. Maar ook welke keuzes je moet maken om succesvol te zijn. We laten experts aan het woord van KNHM en de Rabobank, die benadrukken dat het financiële plan net zo belangrijk is als het ideële plan.

Ook was ik onder de indruk van wat de 136 bewoners van het Schotse 'Isle of Gigha' hebben gedaan: zij kochten gezamenlijk het hele eiland. Sinds die tijd zijn alle woningen gerenoveerd en verzorgen vier windturbines het eiland van energie én een stabiel inkomen. Het inwonersaantal is gegroeid en er is geen werkloosheid. Dat is nog eens het lot in eigen handen nemen!



Annemarie Jorritsma

voorzitter Koninklijke Nederlandsche Heidemaatschappij

Colofon

De Werkplaats voor de leefomgeving is een uitgave van Koninklijke Nederlandsche Heidemaatschappij.

koninklijke
nederlandsche
heidemaatschappij

impuls
aan de
leefomgeving

www.knhm.nl
info@knhm.nl

Redactieadres:
KNHM, Postbus 33,
6800 LE Arnhem
Redactie: Frank van Bussel, Erik Arkesteijn,
Frederieke de Vries
Coördinatie en eindredactie: Frederieke de Vries
en Mariska Lokker
Met dank aan: Jeroen van der Spek, Karl Bijsterveld,
Karin Wesselink, Inge van Schaik, John Voermans,
Erik van 't Hullenaar, Wil Broekhuijsen, Fotobureau
Hoge Noorden, Paul Klouwens
Vormgeving: Ineke Oerlemans
Foto omslag: VVB Fotografie John Voermans
Druk: Canon, Arnhem
Oplage: 11.500 exemplaren
ISSN: 1574-2083

De Werkplaats voor de leefomgeving wordt uitgegeven rondom een actueel thema. Dit nummer staat in het teken van succesvol maatschappelijk ondernemen en is uitgebracht in samenwerking met VSBfonds.

De verantwoordelijkheid voor de teksten berust bij de auteurs. De inhoud van de Werkplaats voor de leefomgeving kan geheel of gedeeltelijk worden overgenomen indien de bron vermeld wordt en de redactie daar toestemming voor geeft.





Bernt Schneiders & Annemarie Jorritsma

"Ondernemende burgerinitiatieven zijn veel minder afhankelijk van subsidies of fondsen"

Voor goede doelen en vrijwilligersprojecten was geld verdienen lange tijd taboe. Maar de laatste jaren gaan steeds meer initiatieven op zoek naar een verdienmodel. Werkplaats sprak met Annemarie Jorritsma, voorzitter KNHM en Bernt Schneiders, directeur VSBfonds, over de voor- en nadelen van sociaal ondernemerschap: "Ondernemende burgerinitiatieven zijn veel minder afhankelijk van subsidies of fondsen."

Ondernemende maatschappelijke initiatieven:

Geld als sociale motor

Een wijkbedrijf dat sociale activiteiten financiert uit de verhuur van ruimte. Een bewonerscoöperatie die tegen concurrerende tarieven zorg levert of een buurtbrouwerij die met de verkoop van haar speciaalbieren – letterlijk – voor leven in de brouwerij zorgt. De tijd dat burgerinitiatieven het ondernemerschap bewust links lieten liggen, lijkt definitief voorbij. Nederland kent een toenemend aantal projecten waarin het verdienmodel een belangrijke component is, of zelfs de motor om een sociaal doel te bereiken. Een goede ontwikkeling, vindt Annemarie Jorritsma, voorzitter KNHM: "Met een verdienmodel vergroot je de kans dat je initiatief langer bestaat. Door zelf met een activiteit geld binnen te halen, zijn burgerinitiatieven minder afhankelijk van subsidies of fondsen. Bovendien rusten ondernemende maatschappelijke initiatieven vaak op meerdere schouders. Burgers die hun initiatief op een ondernemende manier opzetten, zijn veel eerder gedwongen om over de continuïteit na te denken. Dat komt de kwaliteit ten goede."

Financiële stabiliteit

Ook Bernt Schneiders, directeur VSBfonds, is ervan overtuigd dat ondernemende maatschappelijke initiatieven de toekomst hebben. Al was het maar omdat fondsen en gemeenten steeds meer eisen stellen aan de stabiliteit van een project. Ook financiële. Bernt Schneiders: "Als VSBfonds calculeren we in dat een bepaald percentage van de door ons gesteunde projecten mislukt. Tegelijkertijd kijken we vanaf het begin of een initiatief levensvatbaar is en een stevige basis heeft. Dan kom je al gauw terecht bij vragen als: wat is je businessplan? Heb je al andere financiers aan boord? En is er wel een markt voor de dienst die je wil gaan aanbieden?"

Landerij De Park in Elst laat mooi zien hoe commerciële activiteiten en maatschappelijke doelen elkaar kunnen versterken. Het centrum voor natuurbeleving, dat in 2015 haar deuren opende, omvat onder meer commerciële kinderopvang, een leerbedrijf waar mensen met een arbeidsbeperking groenonderhoud doen en een restaurant waar mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt actief zijn. "Alles grijpt prachtig in elkaar," vertelt Annemarie Jorritsma. "De diversiteit aan activiteiten zorgt voor een stevige basis. En met de inkomsten uit commerciële dienstverlening kunnen de initiatief-





nemers hun ambities op het gebied van natuureducatie realiseren, zonder afhankelijk te zijn van subsidies. Ze zijn volledig self-supporting. Landerij De Park is met 50.000 bezoekers per jaar dan ook een groot succes."

Creatieve mix

Landerij De Park illustreert de trend dat bewonersinitiatieven steeds creatiever worden in het combineren van sociale doelen en een verdienmodel. Een dorpshuis met een hotelfunctie, een eenzaamheidsbestrijdingsproject dat zelfgebreide kledingaccessoires verkoopt en een servicewinkel met bibliotheek en wijkontmoetingsfunctie: de praktijk laat steeds meer mengvormen zien. Ook in de Rotterdamse Afrikaanderbuurt is geld verdienen omarmd als motor voor sociale verandering. De Afrikaanderwijk Coöperatie wil de talenten van lokale ondernemers en bewoners bundelen. Om dat voor elkaar te krijgen heeft de coöperatie een aantal commerciële en niet-commerciële activiteiten in het leven geroepen. Bernt Schneiders: "Er is een



wijkkeuken, waarin bewoners samen cateringopdrachten uitvoeren, een energiecollectief en een schoonmaakdienst, die in opdracht van de woningbouwvereniging portiekwoningen schoonmaakt en kansen biedt aan starters op de arbeidsmarkt. Het is een hele creatieve mix tussen geld verdienen en impact creëren."

Maatschappelijke impact

Hoewel burgerinitiatieven met een verdienmodel soms als dag en nacht van elkaar verschillen, lijken de initiatiefnemers een belangrijke eigenschap met elkaar gemeen te hebben: ze willen in toenemende mate maatschappelijke impact creëren. Geld verdienen is daarbij een belangrijke stimulans. Annemarie Jorritsma: "Inkomsten kunnen een graadmeter zijn voor je sociale relevantie. Als je ergens geld mee verdient, betekent dit dat je in een behoefte voorziet. En met een stevig verdienmodel kun je over het algemeen meer invloed uitoefenen." Volgens Bernt Schneiders kijken fondsen en gemeenten niet alleen steeds kritischer naar de impact die hun subsidie, lening of gift teweeg brengt, maar zijn ze ook op zoek naar instrumenten die de slaagkans van nieuwe initiatieven kunnen vergroten. Zoals draaiboeken of ondernemingsplannen van vergelijkbare initiatieven. Bernt Schneiders: "Ik denk dat impact hét thema voor de komende jaren wordt. Iedereen wil weten wat het geld maatschappelijk teweegbrengt en wat daarbij de kritische succesfactoren zijn."

Regie terugpakken

De opkomst van initiatieven met een verdienmodel wordt voor een deel in de hand gewerkt door de terugtrekkende overheid. De afgelopen jaren hebben veel gemeenten als gevolg van de economische crisis fors bezuinigd op bijvoorbeeld dorps- en wijkcentra. Op een aantal plekken zijn ondernemende burgers in het gat gesprongen. "Het wegvallen van subsidies is voor veel burgerinitiatieven een belangrijke prikkel geweest om zelf voorzieningen op te zetten," beaamt Annemarie Jorritsma. "Maar ik denk ook dat we er maatschappelijk aan toe waren om zelf de regie terug te pakken. Dat zie je ook in de gezondheidszorg. Burgers plaatsen steeds meer vraagtekens bij de grootschalige zorgoplossingen van de verzorgingsstaat. Het is logisch dat ze op een gegeven moment zeggen: kunnen we dit zelf niet beter?" Volgens Annemarie Jorritsma zorgen ondernemende burgerinitiatieven niet alleen voor innovatieve zorgoplossingen, maar zijn ze ook

"Impact wordt hét thema van de komende jaren"

Bernt Schneiders, directeur VSBfonds

"Inkomsten kunnen een graadmeter zijn voor je sociale relevantie"

Annemarie Jorritsma, voorzitter KNHM

in staat om de zorg dichter bij de behoefte van burgers te brengen. "Vroeger brachten we hulpbehoevende ouderen maaltijden via Tafeltje-Dekje, zonder ons te realiseren dat we daarmee veel eenzame ouderen achter de voordeur hielden. Nu zijn er in veel dorpen zorgcoöperaties actief die precies het tegenovergestelde doen. Ze brengen ouderen bij elkaar om ze met een klein beetje ondersteuning samen boodschappen te laten doen, te laten koken en afwassen. Dat is niet alleen veel doelmatiger, maar ook een stuk leuker."

Beloning

Ook Bernt Schneiders ziet steeds meer bewonersinitiatieven die creatieve oplossingen uitdenken. Ondernemerschap is daarin al gauw een belangrijk element. Bernt Schneiders: "Ik ben actief in de raad van toezicht van een grote zorginstelling. Het afgelopen jaar hebben we samen met de cliëntenraad nagedacht over de vraag hoe onze zorggemeenschappen weer echt het centrum kunnen worden van een wijk. We gaan ontmoetingsplaatsen realiseren met een open entree, een restaurant waar ook andere mensen kunnen eten en een plaats waar voorstellingen kunnen plaatsvinden. Op deze manier brengen we niet alleen verschillende doelgroepen bij elkaar, maar creëren we ook een verdienmodel, waarmee je het geheel in stand houdt. Het mes snijdt echt aan twee kanten." Hoewel burgerinitiatieven met een verdienmodel duidelijk in de lift zitten, lijkt het de vraag of deze trend de komende jaren doorzet. Door de aantrekkelijke economie heeft de overheid weer meer budget om burgers te ondersteunen, maar volgens Annemarie Jorritsma betekent dat niet automatisch dat de subsidiekraan weer wijd open gaat. "Ik geloof echt niet dat de overheid de regie weer naar zich toetrekt. Als gemeenten slim zijn, gaan ze proberen om het vertrouwen terug te winnen door burgers juist meer verantwoordelijkheid te geven. En dan mag dat best gepaard gaan met een leuke beloning. Voor een ondernemende groep bewoners is een jaarlijkse vrijwilligersbarbecue misschien wel een betere stimulans dan een zak geld."

Buurthuis van de toekomst

Volgens Annemarie Jorritsma zijn gemeenten veel terughoudender geworden als het gaat om grote subsidies. "Van oudsher waren

veel gemeenten vooral geneigd om te investeren in gebouwen, zoals buurt- en wijkcentra. Nu stimuleren ze vooral de groepen die van maatschappelijk vastgoed gebruik maken en moeten de bewoners vaak zelf zien dat ze de exploitatie van een gebouw rondkrijgen." Bernt Schneiders: "Dat kan tot hele creatieve oplossingen leiden. Voorzieningen als kinderopvang of huiswerkbegeleiding zitten tegenwoordig vaak in sportkantines. Met alle maatschappelijke kruisbestuiving die dit met zich meebrengt. Kinderen die misschien niet gewend zijn om te sporten, komen via de huiswerkklas weer in aanraking met sport. Zo ontstaat er vanzelf weer een soort buurt-huis van de toekomst." •



Kinderen kunnen er lekker vies worden, er is een natuurspeelplaats, een kinderboerderij, een bijenstal en een moestuin. Bij Landerij De Park in Overbetuwe ontmoeten zorg en natuur- en milieueducatie elkaar door een unieke samenwerking tussen vrijwilligers en professionals.

“We willen de komende tien jaar fietsen met losse handen”

Een centrum voor natuurbeleving. Dat was tien jaar geleden het plan. Maar het was vanaf het begin duidelijk dat natuur- en milieueducatie alléén niet genoeg geld zou gaan opleveren om het plan ook echt uit te kunnen voeren. Er moesten commerciële partijen aanhaken. “Maar het was niet: de eerste die geld op tafel legt, mag meedoen. We wilden echt samenwerkingspartners die ons concept zouden versterken”, benadrukt Anneke Manche (63), een van de initiatiefnemers. De partners van Landerij De Park zijn nu een buitenschoolse opvang gericht op natuur, een hoveniersbedrijf met een sociale ploeg, een kindertherapeut, een MBO-groenopleiding, de Stichting Natuur- en Milieueducatie Overbetuwe, een horecagelegenheid waar mensen werken met een afstand tot de arbeidsmarkt en Stichting Boerderij Lingezen. Professionals werken naast een groep vrijwilligers. En dat noemt bestuurslid René Hansen (58) een ‘solide en zelfdragend frame’. Maar dat ging niet vanzelf. “Zo’n vier jaar geleden liepen de initiatiefnemers een beetje vast op het financiële aspect en toen vroegen ze mij erbij. Ik woonde net weer in Elst en ze wisten dat ik een ondernemerstype ben.”

Het vuur van je plan

De boodschap aan hem was duidelijk: geld ophalen. Maar waarvoor precies moest nog wel wat helderder worden. “We hebben als eerste een vuistdik dossier samengevat in twaalf woorden: Why: zorg voor je eigen natuur! How: organisch, samen, onaangeharkt en gericht op beleven. What: Centrum voor natuurbeleving. Want je moet een duidelijk concept en een doelgroep hebben.”

Die doelgroep werd kinderen en hun familie en toen ging het snel. Ze maakten een film om hun verhaal en missie uit te beelden en haalden met crowdfunding 50.000 euro op. Daarnaast kwamen er investeringen en leningen van KNHM Participaties en Rabobank en werden er succesvol fondsen benaderd. Manche wil hun geheim wel verklappen: “We vroegen bijvoorbeeld een werkplek voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt en dat werd een keuken. Achter onze vraag zat allang die keuken, maar we formuleerden het anders omdat fondsen meer gericht zijn op de betekenis dan op louter spullen.” Een andere tip: schrijf zelf je aanvragen. “Je kunt uiteindelijk toch zelf het beste het vuur van je plan overbrengen.” En tot slot: “Kijk altijd naar wat er wél kan, in plaats van naar wat niet mogelijk is.”

De huren die de samenwerkingspartners nu betalen, zijn genoeg om Landerij De Park te laten draaien. Maar voor nieuwe plannen worden nieuwe investeringen gezocht. “Wij schaffen niets aan, voordat we het geld rond hebben”, legt Hanssen uit. “We willen straks met losse handen kunnen fietsen, en het de komende tien jaar zonder subsidies zien te redden. Dat is een grote uitdaging, maar ook een goed uitgangspunt. En het belangrijkste: we willen onafhankelijk zijn.”

Drive en expertise

Landerij De Park trekt dit jaar zo’n 50.000 bezoekers. Dan is het een uitdaging om goed te blijven nadenken over je organisatie en te blijven zorgen voor meer inkomsten. KNHM Participaties begeleidt en adviseert ze hierbij. Natuurlijk zijn de vele bezoekers reden tot vreugde. Maar nog groter is de vreugde over de tientallen trouwe vrijwilligers die bijvoorbeeld zorgen dat de kinderboerderij zeven dagen per week open is, de dieren verzorgen én de kinderen begeleiden. Manche: “Als de vrijwilligers er niet zouden zijn, zou het bij ons onderaan de streep niet kloppen. Hun drive en hun expertise brengen echt waarde in het project. Een heel andere waarde dan geld.” •

VERDIENMODEL: NATUUR & ZORG LANDERIJ DE PARK

Het verdienmodel van Landerij de Park is vooral gebaseerd op de verhuur van ruimte en faciliteiten. De exploitatiekosten worden laag gehouden door de inzet van vrijwilligers en voor evenementen vragen zij een kleine bijdrage. Daarnaast zetten zij mensen in met afstand tot de arbeidsmarkt zodat zij een betekenisvolle dagbesteding vinden en mbo-leerlingen een mooie leer- en werkplaats hebben. Het terrein omvat circa 5 hectare grond met onder meer een kinderboerderij, een grote zandspeelplaats, moestuin, kas, bijenstal en een struinpad.

www.landerijdepark.nl



Anneke Manche & René Hansen

Anneke Manche:

"Als de vrijwilligers er niet zouden zijn, klopt het niet onderaan de streep"

Pitchen met impact

Tim Simons,
StadsNomaden

"We zitten sinds kort op een mooie nieuwe plek met heel veel mogelijkheden. Nu is het voor ons zaak om al die mogelijkheden af te bakenen en een helder plan neer te zetten voor de komende jaren."

Annet van Hoorn
Ubuntu Stadstuin

"We staan op het punt te verhuizen naar een nieuwe locatie. Hoe kunnen we onze ideeën ook daar duurzaam verankeren? Daarnaast zoeken we naar nieuwe financiële mogelijkheden."

Jeroen Langeveld
Middenhuis

Max Receveur
StadsNomaden

Mike Osawe
Ubuntu Stadstuin

Richard Lenzen
Ubuntu Stadstuin

Middenhuis, Zutphen

Werk- en ontmoetingsruimte, zowel voor de direct omwonenden als voor mensen 'van buiten'.

Gerrit Kemna
Middenhuis

Ubuntu Stadstuin, Amsterdam Zuid-Oost

Centrum en groene broedplaats voor het ondersteunen van burgerinitiatieven rondom gezondheid, stadslandbouw en groene schoolpleinen.

Maarten Spaargaren
Middenhuis

"We zijn op een punt aangekomen waarop we de komende tien jaar moeten gaan uitstippelen. Hoe willen we verder, als organisatie, als bestuur?"

Buurthuis Dolfia, Enschede

De gemeente Enschede financiert de bouw van een nieuw buurthuis in de wijk Dolfia met een hypotheek die de bewoners afbetalen met maatschappelijke diensten als huiswerkbegeleiding of buitenschoolse opvang.

Angelique Scheffer
Buurthuis Dolfia

"We zijn een experiment, onze sociale hypotheek is een primeur in Nederland. Hoe maken we dit nu een succes? We willen een duurzaam buurthuis neerzetten, met goede vrijwilligers en spullen. Maar hoe pakken we dat aan?"

StadsNomaden, Nijmegen

Bottum-up initiatief, ontstaan uit een groep jongeren die op een creatieve en duurzame manier wilde samen wonen en werken.

Inge Aukes
Buurthuis Dolfia

Germa Huijbers
Buurtgroenbedrijf

Floris van Gennep
Wijkpaleis

Buurtgroenbedrijf, Arnhem

De buurtbewoners beheren en onderhouden zelf al het groen en de openbare ruimtes in de buurt.

Leonie Schuur
Wij(k)bedrijf

"Onze ambities zijn collectief ondernemen, professioneel samenwerken en duurzaam ontwikkelen. Hoe pakken we dit aan? Hoe kunnen we partners aanhaken?"

Bart Zoutenbier
Buurtgroenbedrijf

"Hoe zorgen we dat onze droom een duurzaam bedrijf wordt, waar ook geld wordt verdiend? We zijn op zoek naar een frisse blik op onze ontwikkeling en entiteit."

Wij(k)bedrijf, Nijmegen-Noord

Wij(k)Bedrijf in nieuwe Nijmeegse wijk in de opstartfase, all-inclusive wijk van en voor bewoners.

Wijkpaleis, Rotterdam

Door samen te maken wil het Wijkpaleis plek bieden voor persoonlijke groei en Rotterdam-West als gemeenschap sterker maken.

Erik Arkesteijn
KNHM

Kristel Jeuring
LSA Bewonersbedrijven

Marieke Hillen
Wijkpaleis

"Na een eerdere, zeer waardevolle deelname aan dit traject, staan we op een nieuw kruispunt en zoeken we opnieuw naar focus en verdieping in onze organisatie."

HET TRAJECT

Pitchen met Impact is een initiatief van KNHM en LSA Bewoners voor organisaties die zich inzetten voor de verbetering van hun wijk of buurt. Met als ultieme doel: ondernemende bewonersgroepen klaarstomen voor hun ultieme pitch. In 10 weken tijd werken de 7 deelnemende initiatieven aan een ondernemingsplan waarin de maatschappelijke impact voor de wijk centraal staat en waarin ze toe werken naar een financieel

duurzame manier om deze impact te realiseren. Tussen de workshops door krijgen ze individuele professionele ondersteuning om hun plannen aan te scherpen. Ze sluiten het 10 weken durende traject af met een pitch op 25 januari 2018, in de aanwezigheid van een aantal financiers die de initiatieven direct van feedback kunnen voorzien. De winnaars krijgen 1000 euro en 50 uur ondersteuning.

In 2016 sloot de laatste supermarkt van Sauwerd, waarmee een einde kwam aan de winkelvoorzieningen. Wat begon met een handtekeningenactie in het twaalfhonderd inwoners tellende dorp eindigde afgelopen zomer in de opening van Dorpswinkel Sauwerd. Han Limburg was een van de initiatiefnemers. "Mensen die elkaar anders niet zouden opzoeken, komen hier weer met elkaar in contact."

"Koop je bij ons, dan koop je in het belang van Sauwerd"

Meer dan achthonderd inwoners ondertekenden de oproep om de winkel open te houden. Han, actief in het bestuur van de vereniging Dorpsbelangen van Sauwerd, ging samen met anderen op zoek naar manieren om de voorzieningen te behouden. Han: "Het werd moeilijk om de winkel commercieel voort te zetten. Het verzorgingsgebied is niet groot, de kosten van het pand zijn hoog en opnieuw inrichten kostte veel geld." Besloten werd tot de oprichting van een dorpscoöperatie waarvan mensen lid konden worden. Maar liefst driekwart van de inwoners werd in de zomer van 2016 lid voor een symbolisch bedrag van 20 euro per jaar. "Dan heb je een instrument om mogelijke partijen te overtuigen dat er draagvlak is voor de winkel. Dat praat gelijk een stuk eenvoudiger met de gemeente", aldus Han.

Zonnepanelen

"Vervolgens kwamen we in oktober 2016 in contact met KNHM en diverse fondsen, waarna we verdere plannen gingen smeden. Hierbij hebben we continu een duidelijk doel voor ogen gehouden. Want hoe leuk het ook is: een sociale onderneming kan alleen bestaan als er een scenario ligt waarin je geld kunt verdienen." Aangezien Sauwerd op de grens van de Groningse aardbevingsregio ligt, kon het dorp aanspraak maken op compensatiegelden van de NAM. Samen met de NAM en verschillende fondsen werd een plan van aanpak ontwikkeld. Het bleek essentieel dat de coöperatie eigenaar zou worden van het pand. Dat gaf grote aarzelingen, gezien de ouderdom en de staat waarin het pand verkeerde. Een nadeel, dat de corporatie met behulp van de NAM wist om te bouwen tot een voordeel. "Met de compensatiegelden konden we door het plaatsen van zonnepanelen een verduurzamingslag in het pand aanbrengen. Dat bracht het energieverbruik fors omlaag. Ook hielden we voortdurend onze exploitatiebegroting in de gaten. Je kunt in de aanloop namelijk veel gefinancierd krijgen, maar de exploitatie niet."

Niet achteroverleunen

Dorpswinkel Sauwerd is meer dan een winkel. Er is een postagentschap geopend en er is een koffietafel. Ook wordt er nagedacht over een medicijnpost en het organiseren van kookavonden samen

met het dorpshuis. Die functiebundeling vormt een belangrijk onderdeel van het verdienmodel van de dorpswinkel.

"Het is belangrijk dat je niet achteroverleunt, maar blijft nadenken over wat beter en anders kan", stelt Han. "Het gevaar is dat wanneer de deuren openen mensen onderuit zakken en denken dat het klaar is. Maar juist dan moet je verder. Een voorbeeld: tijdens de spits zien we te weinig aanloop bij de winkel. Dus gaat een groepje vrijwilligers zich buigen over de bewegwijzering. Problemen moet je niet alleen oplossen, maar aan mensen overlaten die dat willen en daar verstand van hebben. Zoals ook adviseurs van KNHM en Arcadis."

Kracht van de gemeenschap

Tot slot speelt de gunfactor een grote rol. Han: "De Aldi een dorp verderop is goedkoper, dus mensen die bij ons kopen, kopen echt in het belang van het dorp. Daarnaast zijn er inwoners die zich graag met voedsel bezighouden en belang hechten aan lokale leveranciers, dus daar werken we aan. Dan zie je dat mensen daarvoor ook naar de winkel komen." Behalve dat Dorpswinkel Sauwerd weer voorzieningen biedt, vergroot het ook de kracht in de gemeenschap. "Mensen die elkaar anders niet zouden ontmoeten, ontmoeten elkaar nu in de winkel." •

VERDIENMODEL: EEN SUPERMARKT DORPSWINKEL SAUWERD

De dorpswinkel van Sauwerd is een (financiële) coproductie van diverse partijen, waaronder de NAM, Stichting Doen, Rabobank VSBfonds, gemeente en provincie en KNHM. Er werken 3 betaalde krachten die samen goed zijn voor 2 fte en een aantal 16-jarigen voor gemiddeld zo'n vijftien uur per week. Tot slot zijn er maar liefst zo'n 60 tot 70 vrijwilligers verbonden aan de winkel. Het eerste jaar stelt de NAM zich voor 80 procent van de loonkosten garant, het tweede jaar 40 en het derde jaar voor 20 procent. Na drie jaar moet de winkel het op eigen kracht doen.

<http://ditissauwerd.nl/ontmoeten/de-dorpswinkel/>



Han Limburg:

"Een sociale onderneming kan alleen bestaan als er een scenario ligt waarin je geld kunt verdienen"



Investeerders aan het woord

"Wees overtuigend in de betekenis die je maakt"

Landerij De Park is in Elst en omgeving een begrip. De Park biedt niet alleen natuurbeleving, ook vinden mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt hier een dagbesteding. De Rabobank en KNHM zijn slechts twee partijen die de Landerij mede mogelijk hebben gemaakt. In een dubbelinterview vertellen zij over hun betrokkenheid. "Laat zien hoe je impact maakt met je initiatief."

Het is een mistige ochtend wanneer de drie heren in restaurant DROOM! De Landerij arriveren voor het gesprek. De schoonheid van het vijf hectare grote terrein krijgt er een sprookjesachtige lading door. Theo van Maren en Jeroen Vrolijks zijn respectievelijk als accountmanager en manager zakelijke relaties van de Rabobank Oost-Betuwe betrokken bij Landerij de Park. Erik Arkesteijn kent de onderneming goed als programmamanager KNHM Participaties.

Omgekeerde volgorde

Erik opent het gesprek en stelt dat bewonersinitiatieven geen duidelijk beeld hebben wanneer ze bij een bank aankloppen voor financiering. "Juist dan worden ze vaak afgewezen, om daarna bij ons te komen. Dat is jammer, want als in een eerder stadium goed is nagedacht over financiering, is de kans groter dat het lukt." "Daar ligt vaak het probleem", beaamt Theo. "Mensen hebben een maatschappelijk ideaal waarmee ze de wereld een stukje beter willen maken. Maar de financiële gedachte ontbreekt of komt pas na het ideële plan. Dat is de omgekeerde volgorde, waardoor het plan al strandt voordat het goed en wel is gestart." Erik: "Dat is ook wat wij initiatieven duidelijk maken. Pas als je je financiële duurzaamheid op orde hebt, kun je maatschappelijke impact maken. Je initiatief moet degelijk georganiseerd zijn, met een goed achterliggend financieel model."

Omgeving

Jeroen: "Ieder plan, of het nu zakelijk of ideëel is, beoordelen wij op zijn eigen waarde, waarbij we altijd naar het totaalplaatje kijken. Daarmee is het bedrag dat wij financieren altijd verschillend. Uiteindelijk willen we dat er voldoende rendement wordt gemaakt om rente en aflossing te betalen. Dat is de basis voor elke financiering. In dit geval hebben we de ondernemer extra geholpen, omdat Landerij de Park een initiatief is dat veel goeds kan doen voor de omgeving. Dus dan ga je samen kijken wat wel kan." Theo vult aan: "Bij dit plan hebben we veel advieskracht ingezet. Er is eindeloos geschaafd tot er iets lag waarmee we konden werken. Tussen de eerste gesprekken en het uitboeken van de eerste financiering lag wel zo'n anderhalf jaar. We geloofden er dus in. Dat had te maken met de impact op de omgeving, maar ook met het bestuur en de betrokken partijen. Met alle partijen hebben we een connectie, waardoor we ook gemakkelijker risico's kunnen inschatten."



Erik Arkesteijn (KNHM)

DROOM!, Dienstverlening in het groen, de Kikkerkoning kennen wij allemaal goed. Wellicht is het plan dan nog niet honderd procent rond, maar er is een basis waarop we durven in te stappen. Zo pakken we ook onze verantwoordelijkheid."

Domino

"De deelname van KNHM en de lokale overheid was voor ons overigens ook een stimulans om aan te haken", vervolgt Theo. "En onze instemming maakte dat andere partijen weer aanhaken. Dan krijg je een domino-effect." Erik: "Voor ons speelt een belangrijke rol dat DROOM een grote huurder is, want dat biedt financiële zekerheid. Landerij De Park is afhankelijk van de stabiliteit van zijn huurders. DROOM kon pas het huurcontract tekenen op het moment dat de gemeente een garantie gaf voor de banen met afstand tot de arbeidsmarkt. Vaak zien

"Pas als je financiële duurzaamheid op orde is, kun je maatschappelijke impact maken"

Erik Arkesteijn



Theo van Maren (Rabobank)

we initiatieven waarbij te veel huurders afhankelijk van gemeentelijke subsidies. Dat maakt kwetsbaar. Komt er bijvoorbeeld een gemeenteraad die anders kijkt naar dit soort initiatieven, dan trekken ze het geld terug. Ook dat is het domino-effect. KNHM zoekt dus ook altijd naar stabiliteit."

Aan tafel

Erik: "Jullie hebben hier veel tijd in gestoken. Initiatieven realiseren zich vaak niet dat de bank moet kunnen onderbouwen waarom ze al die uren in een plan steekt. Dat betekent dat initiatieven overtuigend moeten zijn in de betekenis die ze maken."
 Theo: "Als dit een bedrijfsrelatie was geweest waren we misschien na één gesprek klaar geweest. Maar dat willen we niet, want we willen ook helpen. Bovendien zagen we de passie bij de initiatiefnemers toen ze hun plan kwamen toelichten."
 Erik: "Maar om die passie over te brengen moet je wel aan tafel komen bij de bank. Hoe zorg je dat je er ook daadwerkelijk komt?"
 Jeroen: "Hoe meer afstand er is van de maatschappelijke initiatieven tot de bank, hoe meer wij kijken naar de cijfers. Als jij een netwerk hebt opgebouwd waar je je plan al hebt aangekaart, dan vergroot je de kans om in gesprek te komen en om die impact te kunnen laten zien. Dat heeft in het geval van Landerij De Park zeker geholpen. We wisten wie erbij betrokken waren en wat het project inhield."

Theo beaamt dit. "Het is belangrijk dat je op het goede niveau bij de bank binnenkomt. Dit bestuur was een netwerkbestuur. Zij kenden iemand in de directie van de bank, hadden lijnen met de gemeente. Dat zorgt snel voor draagvlak en is medebepalend voor het succes van dit project. Overigens hebben we wel vragen gesteld over het bestuur van de stichting, omdat enige professionaliteit aanwezig moet zijn. Als het bestuur bestaat uit alleen maar ideëel gemotiveerde mensen, dan zal het op lange termijn niet lukken. Zo moeten er bijvoorbeeld mensen zijn die verstand hebben van financiën en marketing." Jeroen: "Nog steeds kunnen we nee zeggen als het plan financieel niet op orde is. Maar hier kozen we ervoor om advieskracht in te zetten."

Basis

Erik: "Ik merk dat KNHM en Rabobank ongeveer dezelfde signalen hebben afgegeven. Het gaat om stabiliteit, en het zo goed mogelijk inrichten van je financiële organisatie. KNHM accepteert een iets hoger risicoprofiel door bijvoorbeeld een achtergestelde lening te verstrekken. Daardoor kan de bank ook meedoen. Verder helpen we de bewoners bij het schrijven van een deugdelijk plan, dat een basis vormt waarop ze verder kunnen. De drive bij dit soort plannen ligt vooral bij maatschappelijke impact, dus KNHM focust zich op het bedrijfsmatige aspect. We proberen ook te kijken naar hoe je het beste die impact kunt vertalen, zodat het duidelijk wordt voor de omgeving. We komen vaak tegen dat bewoners zeggen dat ze fantas-



Jeroen Vrolijkx (Rabobank)



"Het gaat niet alleen om het netwerk zelf, maar vooral om slim omgaan met je netwerk"

Jeroen Vrolijkx

tisch werk doen. Maar wat is dat dan precies en wat is dan het effect? Je moet dat verschil, die impact kunnen laten zien. Hoe meer je dat kunt laten zien, hoe eerder andere partijen bereid zijn mee te doen." Jeroen vult aan: "Een van de grootste valkuilen is het focussen op 'maar we doen toch zulk goed werk'. Het is leuk dat er een ideële bodem ligt, maar daar alleen haal je geen geld mee op. Aan het eind van de maand zal er toch betaald moeten worden." "Wij werken altijd tegen marktconforme tarieven", vult Theo aan. "Dat wil niet zeggen dat we het altijd vragen, maar dat is wel wat er betaald moet kunnen worden. Als het project zichzelf alleen kan bedruipen doordat er bijna geen rente of aflossing betaald hoeft te worden, dan hoeft er maar iets te gebeuren of er is een probleem. Als bank help je daar het project niet mee, integendeel. En we willen wel met zijn allen dat dit slaagt."

Tot slot: nog een laatste tip?

Jeroen: "Het gaat niet alleen om het netwerk, maar vooral om slim omgaan met het netwerk. Ga slim om met je meerwaarde, en zoek naar wat je kunt toevoegen. Breng dat vervolgens over. En dat een initiatief rendabel moet zijn is evident." Theo: "Het begint met een businessmodel. Denk daar dus direct over na, en verzin er geen businessmodel bij, anders krijg je een gedrocht. Het ideële model en het businessmodel moeten een twee-eenheid vormen." Erik: "Wij proberen ervoor te zorgen dat initiatieven impact maken met hun businesscase. Vaak zien we dat sociale ondernemers zeggen: ik maak een product, en dan draag ik een deel af aan het goede doel. Maar het is veel beter om het businessmodel zodanig in te richten dat wat je doet al impact maakt." •

Waar in Nederland stapje voor stapje bewoners de regie nemen over publieke voorzieningen, geldstromen en de leefbaarheid in hun wijk, zijn ze in Schotland al een stuk verder: zo kochten de 136 inwoners van de Isle of Gigha het hele eiland voor 4 miljoen pond. Sinds zij eigenaar zijn en daarmee de controle hebben over wonen, werken en welvaart op het eiland, zijn alle woningen gerenoveerd en verzorgen vier windturbines het eiland van energie en een stabiel inkomen.

Inspiratie van een Schots 'eiland van God'

Gigha, wat Gods eiland betekent, was lange tijd in handen van privé-eigenaren. In 2001 besloot de laatste eigenaar het eiland voor £ 4,2 miljoen te verkopen. De eilanders riepen de hele bevolking (rond 135 mensen) bij elkaar voor een algemene vergadering waarop het voorstel werd gedaan om zelf geld in te zamelen en het eiland te kopen. Het werd een heftige en lange vergadering met als resultaat: de eilandbewoners gaan voor hun

droom en besluiten tot een Community Right to Buy (zie kader rechtsboven). De Isle of Gigha Heritage Trust is een feit.

Windpark en toerisme

De stichting krijgt steun van verschillende fondsen: het grootste bedrag komt van het Scottish Land Fund: 3,5 miljoen pond. Maar daar moeten ze één miljoen van terugbetalen binnen twee jaar. Dat kost wat meer moeite dan gedacht. Want naast het terugbetalen van de lening moet er ook genoeg geld verdiend worden om de huizen op te knappen en het eiland leefbaar te houden. Via tweedehands ingekochte windmolens produceert de trust zelf energie. Ze produceren zelfs meer dan ze verbruiken en verkopen dus ook energie aan het vaste land. Om dit windpark te financieren heeft de overheid geld geschonken en zijn er commerciële leningen afgesloten. Het windpark levert nu 100.000 pond per jaar aan inkomen op. Daarnaast stijgen de inkomsten uit toerisme elk jaar. Zo groeit de Trust langzaam toe naar financiële onafhankelijkheid.

Vertrouwen in de toekomst

Hoewel dit een belangrijk doel is, is het volgens de Trust nog veel belangrijker wat er is gebeurd met de mensen sinds het eiland in eigen handen is gekomen. "Het gemeenschappelijk eigendom van het eiland is een groot succes. Ons inwonersaantal is gegroeid, er is geen werkloosheid. We hebben mooiere huizen en lagere energie-

COMMUNITY RIGHT TO BUY

Community Right to Buy stelt gemeenschappen in heel Schotland in staat een aanvraag in te dienen om hun interesse voor een gebied of een stuk land te registreren en de mogelijkheid om dat land te kopen wanneer het te koop wordt aangeboden. Het gaat dan om stukken land of objecten zoals kerken, pubs, landhuizen, leegstaande winkelpanden, bossen en velden. De Community Right to Buy moet wel de duurzame ontwikkeling van het gebied bevorderen.

KNHM



KNHM helpt je graag verder!

Ben je geïnspireerd geraakt door deze Werkplaats? Of wil je advies of begeleiding bij het bedrijfsmatiger opzetten van jouw sociale initiatief? Laten we dan eens een bak koffie drinken om te kijken wat we voor je kunnen betekenen. KNHM is een adviseursnetwerk dat zich inzet om sociale initiatieven in Nederland een stap verder te helpen. Onze adviseurs bestaan uit vrijwilligers en medewerkers van Arcadis. Wij werken vanuit provinciale en landelijke adviesteams. Je vindt ons dus door heel Nederland.

Vrijwillig en kosteloos

Voor het begeleiden van burgerinitiatieven en sociaal ondernemingen staan ruim 200 adviseurs belangeloos voor je klaar. Zij hebben hun sporen verdiend in het openbaar bestuur, als adviseur of ondernemer. Ook heeft KNHM zo'n 200 Arcadis-medewerkers in haar netwerk. Dankzij deze professionals met verschillende achtergronden, zetten initiatiefnemers hun plannen sneller in werkelijkheid om. En zijn ze eerder een volwaardige partner voor overheid, subsidiegevers en andere partners.

KNHM Participaties BV

Daarnaast werken we samen met VSBfonds om ondernemende initiatieven met een sociaal doel te ondersteunen met leningen of aandelenkapitaal, in combinatie met advies en begeleiding. Dit doen we via KNHM Participaties BV.

Koffie doen? Stuur een mailtje naar info@knhm.nl of bel 026-4455146.



rekeningen," vertelt Trust-lid John Martin op de website www.gov.scot: "Er wordt hier veel gepraat over vrijheid, trots en respect. Exemplarisch is de naam die we hebben gegeven aan de nieuwe boot die de Trust heeft gekocht: 'Saorsa' (Gaelisch voor Vrijheid). Het vertrouwen in de toekomst van Gigha neemt toe. We hebben de controle over ons eigen lot." •

Bronnen:

www.gov.scot/Topics/People/engage/empowerment/casestudies/buyout

www.isabewoners.nl/gods-eiland-is-eigendom-bewoners/

Het Friese Reduzum dreigde leeg te lopen in de jaren tachtig. En dus gingen dorpsgenoten om de keukentafel. Er moest een frisse wind gaan waaien. Al snel kwam het plan om zelf duurzame energie op te wekken met een windmolen. De opbrengst zou direct ten goede komen aan de investeerders: het dorp.

“De windmolen is van het dorp en voor het dorp”

Het was een riskant en niet alledaags plan: een windmolen in de achtertuin. Toch kwam de dorpsmolen er, op een grotere dan de wettelijk toegestane afstand van het dichtstbijzijnde woonhuis. En aan de boer die twee keer per jaar een kwartiertje slagschaduw in de woonkamer heeft, is gevraagd of de molen op die momenten stilgezet moet worden. Inspraak en het woongenot van dorpsbewoners staat overduidelijk bovenaan. Daarna komt de molen.

Vertrouwen is het sleutelwoord

Henk Vellinga, voorzitter van Stichting Windmolen Reduzum, verhaalt over die begintijd, nu alweer ruim twintig jaar geleden. “In het buurdorp Deersum stond al een windmolen, maar die had flink wat kinderziektes. Hij draaide vaak niet en leverde niet op wat de bedoeling was.” En dus kozen zij voor een driewieker, uit Denemarken. Om die te kunnen betalen, in die tijd 500.000 gulden, vroegen ze de dorpelingen om een lening in ruil voor een certificaat en oplopende rente. Ze gingen met een lijst van deur tot deur en schreven op wie wat wilde inleggen. Dat loonde en wel om één reden. “Vertrouwen is het sleutelwoord. Een voorbeeld: als hier iemand aan de deur staat met een collectebus, wordt eerst gekeken wie er staat. Maar dat je er wat in stopt, staat op voorhand vast. De hoogte van het bedrag wordt meer bepaald door de persoon dan het goede doel. En vergeet niet: als iemand hier iets fout doet, dan kan 'ie maar beter verhuizen. Je komt elkaar overal tegen: op het schoolplein, op een vergadering, of bij één van de 25 verenigingen.” Wat het grootste bedrag was dat iemand heeft geïnvesteerd, weet Vellinga oprecht niet meer. “Van je buurman wil je niet onthouden wat voor geld hij heeft. Zelf weet ik ook niet meer wat ik toen heb ingelegd. Ik weet alleen dat ik het dertien jaar geleden heb teruggekregen. Net als alle andere investeerders.”

Geen risico

De stichting onderneemt, maar speelt daarbij wel op safe. “De molen is maximaal verzekerd. Niet alleen voor blikseminslag, voor aansprakelijkheid, maar we zijn ook verzekerd tegen stilstand. Dat moet je allemaal wel veiligstellen. Na tien jaar begint de molen geld op te leveren en dat is het moment dat we de certificaten afkopen. Dus met de opgewekte energie betalen we de rente. Met wat overblijft, betalen we eerst ander geleend geld terug en pas daarna stoppen

we het in projecten voor het dorp. Je kunt het geld maar één keer uitgeven. Een van onze basisprincipes is dat je geen risico neemt met het geld van dorpelingen.”

De werkwijze van de stichting is typerend: geen winst maken maar wel goed voorbereid zijn op financiële kansen. “Dat betekent dat we altijd zorgen dat er allerlei concrete plannen klaarliggen zodat wij als eerste aan de beurt zijn als de gemeente of provincie subsidies wil toekennen. Als je ideeën passen bij wat zij willen en al ver zijn uitgewerkt, dan hoeven de overheden alleen nog maar ‘ja’ te zeggen.”

Goed voorbereid zijn

Het bleef in Reduzum niet bij windmolens alleen. Al snel ontstond het plan voor veertig zonnepanelen op het dak van de dorpschool. “Onze accountant vroeg toen ook of er een financieel voordeeltje voor ons in zat. Maar dát was niet onze insteek. Het ging ons erom dat we de jeugd wilden leren wat zonnepanelen zijn. We hebben er ook een lespakket aan gekoppeld.” Het mes bleek uiteindelijk wel aan twee kanten te snijden: ze kregen hiervoor subsidie van het ministerie van Onderwijs. •

VERDIENMODEL: DUURZAME ENERGIE WINDMOLEN REDUZUM

Het verdienmodel van Stichting Windmolen Reduzum is gebaseerd op duurzame energie: de energie die de windmolen oplevert, wordt verkocht aan energieleveranciers. In de afgelopen jaren heeft de stichting daardoor ongeveer 100.000 euro kunnen investeren in de leefbaarheid van Reduzum. Zo is er een schoolbus gekocht die wordt bestuurd door vrijwilligers en zijn er plannen voor een tweede windmolen. Op de site van de stichting staat exact hoeveel de windmolen en de zonnepanelen het Friese dorp hebben opgebracht.

www.dorpsmolen-reduzum.nl



Bartle de Leeuw

Henk Vellinga:

"Je neemt geen risico met het geld van dorpelingen"

Een bewonersbedrijf starten? Dit zijn de do's en don'ts!

Grootse plannen voor een bewonersbedrijf?

Met deze tien praktische en haalbare tips start je een ondernemende organisatie met een duurzamer bestaan.

Je rijk rekenen

Ga, bij het nadenken over een bewonersbedrijf, uit van een realistische situatie. Bij veel plannen voor bewonersbedrijven zien we dat de verwachte inkomsten veel te hoog worden ingeschat, waardoor het resultaat uiteindelijk tegenvalt. Reken je dus niet rijk; vul niet in wat je zelf wilt of denkt dat de inkomsten zullen zijn. Ga naar buiten, doe gedegen (veld)onderzoek en maak een realistische onderbouwing. Een onderbouwing die je ook kunt overbrengen op anderen, zoals een fonds, een gemeente of KNHM.

Denken dat het met een goed plan wel gaat lukken

Een plan op papier zetten is noodzakelijk, al is het maar om voor jezelf en andere direct betrokkenen een beeld te schetsen van je plannen. Maar uiteindelijk valt of staat een initiatief niet bij het plan, maar bij degenen die het doen. Je kunt nog zo'n mooi plan maken, als de uitvoering niet goed is houdt het op. Zorg er daarom ook voor dat de leden van het team elkaar aanvullen, en niet enkel mensen zijn die je leuk vindt. Een team waarin niet iedereen dezelfde kar trekt, de inspirator is of altijd unieke ideeën heeft. Een goed team heeft leden met diverse eigenschappen die elkaar aanvullen. Tip: doe als team eens een rollentest, bijvoorbeeld de Belbin Groepsrollentest of de Nulpunt Test.

Denken dat klanten willen betalen voor het goede doel

Klanten hebben natuurlijk best wat over voor een goed doel. Maar om te blijven bestaan hebben zij meer nodig dan alleen die behoefte 'om goed te doen'. Bied dus een uniek product of beleving waar een blijvende behoefte aan is. Neem als voorbeeld de zorgcorporatie in Mariënveld. Zonder de huidige – en zeker ook toekomstige – behoefte aan zorg was deze onderneming geen succes geweest.

Denken dat je geld kunt verdienen met horeca

Reken maar eens uit: hoeveel kopjes koffie moet je verkopen voor een goede omzet? Als je je omzet wilt verhogen met het aanbieden van alcoholische dranken of maaltijden kom je al snel in aanraking met regels waaraan jij en je vrijwilligers moeten voldoen. Houd daarbij ook rekening met de kosten van je (vrijwillige) personeel, de apparatuur, de huur. Daarbij is het succes van horeca heel moeilijk te voorspellen. Loop maar eens door de stad: het ene café zit vol en het andere leeg, zonder dat daar vaak een aanwijsbare reden voor is. Onze ervaring leert dus: reken niet op veel verdiensten uit de horeca. Wordt je horecaonderneming een succes, dan is dat gewoon mooi meegenomen!

De gunfactor vergeten

Veel mensen starten een initiatief uit boosheid. Een natuurlijke reactie en goede eerste drive, maar niet eentje die zorgt voor continuïteit en een goede relatie met belangrijke partners zoals de gemeente, woningbouwcorporatie of de buurt. Mensen willen meedoen of investeren in leuke en positieve dingen. En ook al is de gemeente sceptisch en biedt ze tegenstand, laat dan de wethouder bij de opening wel het lintje door knippen. Buig het zelf om naar een positieve houding, daar heb je later enkel profijt van.

Analyseer je omgeving en sluit coalities

Kijk wat er al is in je omgeving en bedenk welke waarde jij kunt toevoegen. Met andere woorden: kijk bij jouw initiatief niet naar wat jij wilt brengen, maar naar wat er mist in je omgeving. En sluit daarbij coalities, werk met die omgeving samen. Zo creëer je medestanders, in plaats van tegenstanders. Je hoeft niet alles zelf te doen, er zijn ook dingen die iemand anders misschien wel beter kan. En zo deel je in de kosten en in de risico's. Toen bijvoorbeeld groepsaccommodatie 't Luukske hun gasten ook eten wilde aanbieden, schakelden ze het café verderop in voor de catering, in plaats van zelf te gaan koken in een te bouwen keuken. Hierdoor houden ze de plaatselijke horeca te vriend, kunnen ze toe met een kleinere keuken en belasten ze hun vrijwilligers niet te veel. Juist door samen te werken voegt 't Luukske waarde toe en blijft het doen waar ze goed in is.

Luister en praat met iedereen

Door erover te praten zijn sommige mensen bang dat een ander er met hun idee vandoor gaat. Of dat het idee nog niet volwassen genoeg is om op verder te bouwen. Dit is een onnodige en jammerlijke reflex. Want zo simpel is het ook weer niet om er met iemands idee vandoor te gaan. Juist door te praten over je idee test je of je idee aanslaat en krijg je waardevolle tips. Het zorgt voor gratis PR van je idee, en voor nieuwsgierigheid in je omgeving. Ook zorgt het gevoel dat mensen mee mogen denken voor hun betrokkenheid bij jouw initiatief, hun bijdrage geeft hun een gevoel van eigenaarschap. En uiteindelijk is dat een belangrijke basis voor het succes van het initiatief.

Wees flexibel maar blijf bij jezelf

Natuurlijk heb je een doel voor ogen en een idee van de weg die je af zult leggen. Echter, ben je ervan bewust dat die weg heel grillig kan zijn. Probeer die dan ook zo flexibel mogelijk af te leggen, door te balanceren en mee te bewegen met wat er op je af komt. Maar houd daarbij wel je doel voor ogen. Dat is immers jouw hele idee waar je, hoe grillig ook, naartoe werkt en wat je energie geeft.

Houd de vaste kosten zo laag mogelijk

Het lijkt misschien een inkoppertje, maar blijkt voor velen toch lastig in de praktijk te brengen. Hoe meer vaste inkomsten je hebt, hoe meer vaste kosten je kunt opbrengen. Stem dat dus op elkaar af. Het werkt ook andersom. Hoe meer flexibele inkomsten je genereert, hoe meer je moet zorgen voor flexibele kosten. Het gevolg is misschien dat je wat minder overhoudt in goede tijden, maar ook dat je minder snel de mist ingaat bij tegenvallende inkomsten (met ook nog veel minder stress als gevolg). Denk aan het voorbeeld van 't Luukske. Door de catering uit te besteden maakt ze minder winst op het eten, maar ze hoeft ook minder te investeren in de keuken, minder schoon te maken en minder te onderhouden. Als er dan een paar maanden minder gegeten wordt, levert dat geen problemen op voor de exploitatie.

Benut fiscale mogelijkheden

Er zijn veel fiscale regelingen en mogelijkheden die voordeel kunnen opleveren. En als initiatief moet je liefst al die mogelijke voordelen benutten. Dit vergt alleen wel wat fiscale kennis en voorbereiding. Zeker als je ook een flinke verbouwing voor de boeg hebt, kun je het beste vroeg contact zoeken met een belastingadviseur of een fiscalist. Die kan je precies vertellen wanneer je btw-plichtig bent en welke posten je kunt aftrekken of anders gezegd: op welke manier je je activiteiten het beste fiscaal kan inrichten. Het kost misschien wat, maar het loont minstens zoveel!

Veranderingen in de zorg en een wegtrekkende bevolking zette de toekomst van Mariënveld op het spel. Enthousiaste dorpsbewoners namen daarop het initiatief tot de oprichting van Zorgcorporatie Mariënveld. Freek Jansen, inspirator en initiatiefnemer, vertelt over het achterliggende succes. "De zorgcorporatie heeft ons hechter gemaakt."

"Iedereen maakt deel uit van de gemeenschap"

Mariënveld, gelegen in het hart van de Gelderse Achterhoek, is een dorp met zo'n 850 inwoners waar iedereen elkaar bij naam en van gezicht kent. In 2011 dreigde de Achterhoek een krimpregio te worden. Diezelfde periode zou de dagbesteding voor ouderen komen te vervallen, waardoor de angst ontstond dat zij naar grotere dorpen zouden trekken, om vervolgens in een sociaal isolement te belanden. Omdat Mariënveld niemand wil uitsluiten en het gemeenschapsgevoel wil behouden, moest er iets gebeuren. Freek Jansen, verbonden aan de Brede Maatschappelijk Voorziening Mariënveld, besloot tot het organiseren van een informatieavond met als thema: De toekomst van Mariënveld.

Heldere afspraken en doorpakken

Freek: "Wil je iets van de grond krijgen, dan moeten mensen de noodzaak voelen om te veranderen. De toekomst van Mariënveld was in het geding. Vanuit het idee dat we niemand uitsluiten besloten we tot de oprichting van een zorgcorporatie, met als doel iedereen die zorg te bieden die nodig is om in Mariënveld te blijven wonen."

Direct na de informatiebijeenkomst ontvingen bewoners een enquête in de bus. De enquête werd niet alleen huis-aan-huis verspreid, ook basisschoolleerlingen werden erbij betrokken. Weer vanuit diezelfde gedachte: We sluiten niemand uit. "Kinderen denken niet alleen anders, op deze manier ontstaat ook het gesprek aan de keukentafel."

Op de enquête kwam een respons van maar liefst 85 procent, en er werd gelijk duidelijk waar de behoeftes lagen en wat mensen zelf konden doen om te helpen.

"Wij hadden geen vergadertijgers of mensen met een dubbele agenda nodig, maar mensen met competenties en visie", vertelt Freek. "We vroegen direct aan mensen of en hoe ze ons konden helpen. Die duidelijkheid helpt enorm om een initiatief van de grond te krijgen. Nergens omheen draaien, maar heldere afspraken maken, transparantie, en doorpakken waar nodig."

Strategie en netwerk

Vervolgens moest de politiek mee. Strategie, een goed netwerk, weten wat er speelt en je moment pakken zijn hiervoor cruciale factoren.

Freek: "Er was draagvlak binnen het oude college, maar we moesten ook de nieuwe gemeenteraad meekrijgen. Daartoe organiseerden we een verkiezingsdebat met als thema Leefbaarheid in de kleine kern in Oost Gelre. De slotvraag ging over de komst van de Brede maatschappelijke voorziening met de zorgcorporatie, waarop vijf van de zes partijen positief reageerden. Dan moet je door. We hadden ons plan klaar, en ik nam zitting in de gemeentecommissie om mijn verhaal te vertellen. Doordat we de politiek regelmatig op de hoogte hielden creëerden we nog meer draagvlak. In 2014 werd tijdens een gemeenteraadsvergadering ons subsidievoorstel van 1,2 miljoen euro dan ook unaniem aangenomen. Nu houden we de boel financieel draaiend met een klein gedeelte subsidie, geld uit de zorg dat mensen toegekend krijgen en onze lidmaatschapsgelden. Bovendien bespaart de gemeente dankzij ons werk veertig tot vijftigduizend euro op haar zorgaanvragen." •

Op pagina 31 van deze Werkplaats lees je meer over de samenwerking tussen de gemeente en de zorgcorporatie.

VERDIENMODEL: ZORG ZORGCORPORATIE MARIËNVELDE

Het verdienmodel van zorgcorporatie Mariënveld is gebaseerd op het bieden van zorg. Ze maken geen winst, maar blijven financieel draaiende met een gedeelte 'vergoedingen', van 40.000 euro voor de zorg die zij bieden aan de bewoners. Daarnaast krijgen ze ongeveer 25.000 euro toegekend uit de Persoons Gebonden Budgetten (PGB's) en ontvangt de zorgcorporatie lidmaatschapsgelden van 2.000 euro per jaar. Door deze manier van werken bespaart de gemeente ongeveer 45.000 euro per jaar. Het aanbod van Mariënveld moet zorgen voor minder noodgedwongen vertrek van zorgbehoevende mensen en minder uitgaven in de formele zorg.

<http://marienveldsbelang.nl/zorgcorporatie-marienveld>



Dagbesteding in het nieuwe BMV-gebouw in Mariënveld.

Freek Jansen:

"Waar mensen elkaar eerst van gezicht en naam kenden, weten we nu ook van elkaar wat we doen en wat ons bezighoudt"

Steeds meer bewoners nemen initiatieven voor het verbeteren van hun wijk. Een mooie ontwikkeling, maar minder makkelijk dan in eerste instantie gedacht. Want na een bloeiende start vallen veel maatschappelijke initiatieven uiteindelijk toch om. Hoe kan dit? En hoe maak je dergelijke initiatieven nou wel duurzaam, ook financieel? Het antwoord kan de Civic Source zijn.

De Civic Source: de bankrekening van je wijkorganisatie



Bankrekening van de wijk

Iedereen kan een wijkorganisatie opzetten. Alleen, om een duurzame wijkorganisatie op te zetten heb je allereerst de juiste mensen nodig die samen een team willen vormen en een gedegen organisatieplan. Daarnaast is er startkapitaal nodig. Een Civic Source biedt de oplossing. Een Civic Source is een wijkorganisatie die voor, door en met bewoners op een ondernemende manier geld verdient voor het verbeteren van de wijk. Nikkie Sicking, mede-oprichter van de Civic Source legt uit: "Een Civic Source is geen gewone wijkorganisatie. Het is een wijkorganisatie die collectief geld verdient voor het verbeteren van de wijk en dat uitgeeft aan spullen, materialen en expertise voor de initiatieven die dat nodig hebben. Je kunt het zien als een bankrekening van de wijk."

Er is geld, je moet het alleen weten te vinden

Maar hoe zorg je dan voor inkomsten voor de wijk? Nikkie: "Je moet allereerst uitgaan van de kracht van jouw wijk. Daarin zitten vaak meer inkomsten dan je op eerste gezicht zou denken." Een voorbeeld is via 'wijkenergie': het collectief inkopen van groene energie voor en door de wijk. Voor elk huishouden dat energie afneemt bij jouw partner-energieleverancier, krijg je een bepaald bedrag voor de Civic Source. "Maar kijk ook eens naar bedrijven en de gemeente. Bedrijven hebben vaak een potje voor 'Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen', geld dat ze willen inzetten voor activiteiten die goed zijn voor mens en milieu. En de gemeente heeft wijkelden die ze in de vorm van subsidies uitzetten. Ook woningcorporaties hebben vaak budget voor leefbaarheidsprojecten. Wat hebben al deze organisaties gemeen met elkaar: ze hebben geld dat ingezet kan worden voor het verbeteren van jouw wijk!"

De Civic Source kan op basis van de kennis en expertise over de wijk dit geld op een goede manier uitgeven aan bewonersinitiatieven. Binnen de Civic Source is een groep bewoners speciaal ingericht voor het uitgeven van gelden voor het verbeteren van de wijk. Daardoor kunnen zij werkzaamheden zoals het beoordelen, toewijzen en monitoren van geldaanvragen van bewonersinitiatieven makkelijk overnemen. Dat scheelt bedrijven, woningcorporaties en gemeenten uren, en dus geld.



Vrijwilligers en bewoners van de eerste Civic Source in Amsterdam-Noord: het Breedschap.

Het Breedschap

De eerste Civic Source van Nederland is opgezet met een investering vanuit het VSBfonds en Stichting Doen en is te vinden in Amsterdam-Noord. Het Breedschap wordt gerund door een enthousiaste groep mensen uit de wijk. Iedere bewoner met een initiatief voor een veilige, schone, sociale, groene, educatieve of gezonde wijk kan steun krijgen. Een voorbeeld: Karima Lotfi heeft haar eigen naaiatelier in het wijk-huis, het Breedhuis. Ze verzorgt onder meer naaicursussen en repareert kleding.

Ze deed bij het Breedschap een aanvraag voor haar nieuwste project: feestelijke kleding maken met vrouwen uit de wijk en die in een modeshow presenteren aan de wijkbewoners. Voor de modeshow wilde ze graag stof voor de feestelijke kleding en tapijt voor een rode loper. In plaats van geld te storten op Karima's rekening, ging zij samen met een buurtbewoner uit het Breedschap de benodigde stoffen inkopen op de markt. En net als bij de eerder aangekochte beamer en oven blijft de rode loper 'eigendom' van de wijk en wordt het regelmatig weer gebruikt voor andere initiatieven. Dat is het idee erachter: iedereen in de wijk moet er van kunnen profiteren.

Nulpunt Tool

Mensen die een Civic Source willen starten raadt Nikkie altijd aan te beginnen met de organisatietool Nulpunt Tool, een organisatietool die door middel van testen, spellen en concrete opdrachten helpt bij het opzetten van een duurzame wijkorganisatie.

Nikkie: "We merkten dat een van de oorzaken van het omvallen van initiatieven het ontbreken van een sterke organisatorische basis is. De Nulpunt methodiek helpt initiatiefnemers in 18 concrete stappen aan die organisatiebasis. Het werkt volledig vanuit de kracht van betrokken mensen. Deze mensen zijn de basis voor een realistisch en haalbaar plan." Dus in plaats van dat een initiatiefnemer in z'n eentje een plan bedenkt om eenzaamheid in de wijk tegen te gaan, kijk je met de buurtbewoners die mee willen doen naar ieders kracht.

Momenteel zijn er plannen voor een tweede Civic Source, vertelt Nikkie. "Dat is hartstikke mooi. Maar we hebben niet zozeer kwantitatieve ambities, het gaat niet ons om de hoeveelheid Civic Sources. Vooral willen we de beweging van onderop, vanuit burgers, verder brengen. En die initiatieven zo goed mogelijk ondersteunen en verder helpen door coaching, kennis en het bieden van praktische tools. En zo die positieve impact maken." •

Aura de Klyn en Nikkie Sicking zijn de founders van Nulpunt Org., de organisatie die de Civic Source en de Nulpunt methodiek ontwikkelt. De Civic Source is in de praktijk ontwikkeld in samenwerking met meer dan 100 vrijwilligers en is gefinancierd door onder meer VSBfonds, DOEN en Gemeente Amsterdam.

www.civicsource.nl – www.nulpuntorg.nl

Het Bruishuis in de Arnhemse wijk Malburgen fungeert als magneet voor de buurt. Hier wonen, werken en ontmoeten mensen elkaar. Het succesvolle Bruishuis investeert zijn huurinkomsten rechtstreeks in het gebouw én in sociale projecten in de wijk. Het geheim? Kansen zien, een duidelijke visie en vasthouden aan je doel. “Wat we niet hebben, geven we niet uit.”

“Win vertrouwen en weet waarin je investeert”

Walter Klein Nienhuis, zakelijk leider van het Bruishuis, heeft naar eigen zeggen de leukste baan van Nederland. “In dit pand zitten dertig bedrijfjes en er wonen zo’n honderdtien mensen. Sommige van hen verzorgen en begeleiden we, bijvoorbeeld naar de afkickkliniek of richting een vaste baan, maar er zitten ook studenten bij. Hier gebeurt van alles, maar vooral veel mooie dingen.”

Welkom in het voormalige verzorgingshuis het Bruishuis, sinds eind 2009 geopend voor alle inwoners van Malburgen. Via de bewonersvereniging werkte Walter al jaren samen met de oorspronkelijke eigenaar van het Bruishuis, de corporatie Volkshuisvesting. Hij voorzag mogelijkheden toen de corporatie het Bruishuis een nieuwe bestemming ging geven. Nu fungeert het Bruishuis als vliegwiel voor de buurt: Bewonersbedrijf Malburgen exploiteert het pand, waarna het verdiende geld wordt aangewend voor investeringen in sociale projecten in de wijk. De belangrijkste factor voor succes? De gunfactor, aldus Walter. “Wij zagen kansen voor exploitatie en Volkshuisvesting gunde het ons om het pand te gaan exploiteren. Om iets van de grond te krijgen heb je vooruitstrevende mensen met een visie nodig, die het vertrouwen hebben dat het goed gaat. Vervolgens zijn we gaan proefdraaien om te laten zien dat we het konden. Zo werden wij de sociaallste huisjesmelker van Nederland.”

Plattelandsmentaliteit

Bij overhandiging van de cijfers van de exploitatie bleek dat de woningcorporatie er jaarlijks een bedrag op toelegde. Het was aan de nieuwe exploitanten om dit te keren en het Bruishuis winstgevend te maken. Een duidelijk doel in samenhang met een helder verdienmodel is dan essentieel. Het doel van het Bruishuis was duidelijk: geld verdienen om dat vervolgens weer terug te investeren in de wijk. Kijk je niet zorgvuldig naar je doel en het daarbij behorende verdienmodel, dan blijf je afhankelijk van subsidie, aldus Walter.

“Wij wilden zelfstandig en vrij zijn. Dat brengt automatisch risico's mee, omdat we ondernemer zijn met een jaaromzet van 650.000 euro. Ook wij hebben huur, gas, water en licht te betalen. Maar we hebben een plattelandsmentaliteit: geld dat we niet hebben, geven we niet uit.

De omzet die we maken is hard nodig om weer te kunnen investeren in sociale projecten in de wijk; de primaire doelstelling van het Bruis-

huis. Tot nu toe blijft er iets over onderaan de streep. Omdat het aantal huurders redelijk stabiel blijft, kunnen we een aardige planning maken voor wat we te investeren hebben. We hebben veel in het pand zelf gestoken. Om het Bruishuis ligt een grote tuin, waar soms meer dan tweehonderd mensen verblijven en kinderen spelen. Dat zijn belangrijke ontmoetingen waarin wij willen investeren.”

Kansen grijpen

Financiële doelstelling van het Bruishuis is vijftig procent inkomsten naar het Bruishuis zelf, en vijftig procent naar de investeringen in de wijk. In de beginperiode ging maar liefst vijftennegentig procent van de inkomsten naar het pand. Nu is het omgekeerd. Het Bruishuis zelf is een rijdende trein, waardoor het steeds minder budget inneemt. Walter: “Alles wat je doet is persoonsafhankelijk, zonder netwerk ben je nergens. Daarnaast moet je kansen grijpen. Er zijn genoeg verzorgingshuizen die een nieuwe bestemming gaan krijgen. Waarom geen bewonersgroep? Vaak hebben corporaties koudwatervrees. Dan is het aan de bewonersgroep om de corporatie te overtuigen dat ze het kunnen doen. Laat zien dat je bereid bent je ervoor in te zetten. Kortom: word eigenaar van je doel. Als je dat niet bent, dan moet je zodanig bewegen dat iemand met jou in zee wil. En dat betekent lobbyen, vertrouwen winnen, en een lange adem hebben.” •

VERDIENMODEL: VASTGOED BRUISHUIS

BewonersBedrijven zijn voor en door bewoners. Bewoners zetten een onderneming op hun wijk die tot doel heeft die wijk economisch, sociaal en fysiek te helpen ontwikkelen. In het Bruishuis wonen, werken en leren mensen. Het verdienmodel van Bewonersbedrijf Malburgen (BBM) is gebaseerd op de verhuur van de 130 units, deels aan bedrijven en deels aan particulieren. Verder zijn drie van de tien verdiepingen verhuurd aan twee instellingen met begeleid wonen projecten. Het BBM int de huur en investeert deze inkomsten rechtstreeks in het opknappen van het gebouw én in sociale projecten in de wijk.

<http://bewonersbedrijfmalburgen.nl>

Walter Klein Nienhuis:

"Het geheim van het Bruishuis? Een duidelijk doel in samenhang met een helder verdienmodel"

Kort



Kompas Right to Challenge

Het Right to Challenge (RtC) biedt kansen om het samenspel tussen de overheid en burgers te vernieuwen. Het past daarmee goed bij het uitgangspunt van de Wmo om burgers en hun netwerken te activeren.

Bepaal je koers

Met het Kompas Right to Challenge in de Wmo van Movisie krijg je wat meer grip om je koers te bepalen. Het Kompas biedt tien inspirerende praktijkvoorbeelden en interviews met buurtinitiatieven en gemeenten. Je leest ook meer over de verschillende denkrichtingen die er over de RtC zijn. Daarnaast komen ook de oorsprong, het waarom en wat van RtC aan bod.

Het Kompas kun je downloaden via de site van Movisie (www.movisie.nl - zoek op kompas wmo).

Kennisbank Ondernemen voor actieve bewoners

Ben je op zoek naar informatie over collectief ondernemen, bijvoorbeeld in een bewonersbedrijf of sociaal initiatief? Neem dan eens een kijkje in de kennisbank van LSA. Je vindt er uitgebreide informatie over tientallen onderwerpen zoals vrijwilligersbeleid, leegstaand vastgoed, beheer en exploitatie, financiën en programmering. De kennisbank is constant in beweging. Je kunt dus zelf ook input geven.



www.lsabewoners.nl/ondernemen/kennisbank-ondernemen/



Laat je inspireren door andere sociale ondernemingen

Een onafhankelijke commissie heeft op basis van de Europese definitie van sociale ondernemingen de Code Sociale Ondernemingen ontwikkeld. Hierin staan vijf principes centraal die betrekking hebben op de missie, stakeholders, financiën, implementatie van de Code en transparantie. De Code kent geen strikte regels, geen afvinklijstjes en geen puntentelling.



Praktische uitwerking

Op de site van SocialEnterprise vind je een boekje waarin voorbeelden staan van sociale ondernemingen die laten zien hoe je een principe praktisch kunt uitwerken. Het is bedoeld als inspiratie en moet voorkomen dat elke onderneming opnieuw het wiel moet uitvinden. Download het boekje via: www.socialenterprise.nl/download_file/view/3283/

Achtergrond • Tekst: Karl Bijsterveld | Fotografie: VVB Fotografie John Voermans



Jos Hoenderboom (wethouder gemeente Oost-Gelre) en Freek Jansen (initiatiefnemer BMV Mariënvelde)

Oost-Gelre: een gemeente die durft

Enthousiaste bewoners Mariënvelde richten eigen zorgcorporatie op

Een dorp dat zijn eigen zorg regelt? In het Gelderse Mariënvelde (gemeente Oost Gelre) is dat al ruim twee jaar de praktijk. Bewoners stichtten er een zorgcorporatie, die voorzieningen biedt aan onder anderen ouderen, chronisch zieken en mensen met een beperking. Hoe hebben dorpsbewoners en de gemeente elkaar weten te vinden in dit succesvolle burgerinitiatief? Waarin werken ze samen? En wat is het verdienmodel? Twee betrokkenen aan het woord.

Freek Jansen

Initiator en adviseur van de Brede Maatschappelijke Voorziening (waarvan de Zorgcorporatie Mariënvelde onderdeel uitmaakt):

“Mijn idee voor een zorgcorporatie ontstond in 2013, samen met een aantal gedreven inwoners van Mariënvelde. Door zorg als bewoners zelf vorm te geven, kunnen we beter inspelen op hulpvragen en zorg dicht bij huis verlenen. De Zorgcorporatie Mariënvelde ging op 1 juli 2015 officieel van start, met instemming van een enthousiaste gemeente Oost Gelre en diverse zorginstellingen. Met hen zijn de plannen vooraf uitgebreid besproken in een stuurgroep en diverse werkgroepen. Dat zorgde vanaf het begin voor een breed draagvlak.”

Vereniging van leden

“De zorgcorporatie is een vereniging van leden, waarvan ieder huishouden voor 20 euro lid kan worden. We komen jaarlijks bij elkaar en bepalen samen het zorgaanbod. Zo is er bijvoorbeeld dagbesteding voor ouderen en mensen met een beperking, een brede inloopvoorziening, fysiotherapie, een huisarts en een verpleegkundige. De meeste activiteiten organiseren we in de Brede Maatschappelijke Voorziening, het pand waar behalve zorgverlening ook sport- en welzijnsactiviteiten plaatsvinden. De gemeente was welwillend, en bereid om 1,2 miljoen euro in dit gebouw te investeren. Dorpsbewoners met een zorgvraag kunnen terecht bij de twee zorgcoördinatoren in Mariënvelde, die de schakel vormen tussen inwoners, zorginstellingen en de gemeente. De coördinator logt in bij het gemeentelijk systeem en doet zelf de zorgaanvraag. De gemeente regelt alleen nog de formele beschikking en kent eventueel geld uit de WMO-pot toe. We werken vooral met gemotiveerde vrijwilligers uit het dorp. Bijvoorbeeld in de dagbesteding, voor speciaal vervoer en de maaltijdvoorziening. Per zorgaanvraag besparen we hiermee maar liefst 5.000 tot 7.000 euro.”

Niemand verhuist

“Voor mensen met een beperking verbouwen we momenteel een pand tot twee woningen met ambulante zorg. Dit doen we samen met woningcorporatie ProWonen. De gemeente ondersteunt ons onder meer met een soepel verloop van vergunningen en het voldoen aan bouw- en veiligheidsvoorschriften. In de nabije toekomst breiden we het aantal activiteiten nog verder uit. Denk aan een klusjesdienst voor reparaties in en om het huis en een boodschappendienst. Ook gaan we zorg verlenen in meer kleine kernen in de buurt. De dagbesteding voor ouderen breiden we uit van vier naar vijf dagen in de week. De gemeente is positief en blijft ons faciliteren. Zo bouwen we samen aan een vitaal Mariënvelde en hoeft niemand te verhuizen!”



Freek Jansen (links) & Jos Hoenderboom

Jos Hoenderboom

Wethouder Zorg en Jeugd, Sport en Kernen, gemeente Oost Gelre:

“Bij de gemeente Oost Gelre staan burgerinitiatieven hoog in het vaandel. Waarom zouden wij beter weten wat goed is voor burgers dan zichzelf? Vanuit die gedachte ondersteunen wij de Zorgcorporatie Mariënvelde van harte. De zorgcorporatie heeft een positieve invloed op de leefbaarheid en vergroot de onderlinge solidariteit. Ze zorgt ervoor dat meer ouderen en mensen met een beperking in het dorp (zelfstandig) kunnen blijven wonen. Ook voor jongeren en gezinnen blijft het dorp hierdoor aantrekkelijker. Zo houdt ook de huisarts weer spreekuur in Mariënvelde. Tegelijkertijd bespaart de gemeente met de zorgcorporatie op de fors gestegen zorgkosten. Bewoners hebben met medewerking van de plaatselijke ondernemers bijvoorbeeld zelf een bus aangeschaft om mensen naar de dagbesteding te vervoeren. Een prachtig initiatief.”

Backoffice

“De Zorgcorporatie Mariënvelde bepaalt zelf het zorgaanbod. Onze rol bestaat uit ondersteuning en het bewaken van met name de juridische kaders. Voor WMO-aanvragen is de gemeente vooral de backoffice. Verder blijft de gemeente eindverantwoordelijk voor de kwaliteit van de geleverde zorg. Hiervoor onderhouden we goed contact met de zorgcoördinatoren van de zorgcorporatie.”

Wederzijds vertrouwen

“Een goede balans tussen controle en loslaten: dat is wat de zorgcorporatie van ons als gemeente vraagt. Wederzijds vertrouwen en een positieve instelling zijn daarbij essentieel. We zijn beide bereid om van fouten te leren. Als er iets niet goed gaat spreken we daar elkaar op aan. Voor de gemeente staat de mens centraal. Wetgeving is er niet om initiatieven in te perken, maar om ze juist mogelijk te maken. Soms betekent dat zoeken naar de maximale ruimte binnen de wettelijke kaders. Onze eigen juridische medewerkers en externe adviseurs zijn hierin van grote waarde. We kijken uit naar nieuwe initiatieven van de zorgcorporatie, en blijven haar in de toekomst graag ondersteunen.” •

Een thuis bieden aan de biljartvereniging en een koor van veertig dames. Koffie schenken en gezamenlijke maaltijden serveren aan buurtgenoten én tegelijkertijd geld verdienen aan overnachtingen in hetzelfde gebouw. Dat is de succesformule van het Dorpshuis in Pieterburen.

“Er was veel voor toeristen, maar niet voor de dorpsbewoners”

Het was wel een kwestie van lange adem voordat de oude gereformeerde kerk in Pieterburen transformeerde naar een dorpshuis en B&B in één. Nu zijn biljartvereniging Dicht Bie Diek en zangvereniging Waddenwichter blij met hun vaste stek en de gasten van Dorpslogement geven de kamers een negen. “Ik begon hieraan vanuit de gedachte dat er een ontmoetingsplek moest komen voor onze 360 dorpsbewoners”, vertelt Anne Marie Smits van Waddenhoes Gastenverblijven, één van de vele ondernemers in Pieterburen. “We hebben zelf 25.000 euro geïnvesteerd, de bedden, vloerbedekking en alles gekocht én zelf in zes weken alles geschilderd.”

Stichting Dorpshuis betaalde op last van de brandweer op haar beurt deurdrangers voor in de B&B. “Maar na de eerste zomer regende het klachten van gasten over kletterende deuren. We hebben toen zelf een soort mechanische deurstoppers voor de negen kamers aangeschaft. Je moet niet over elke honderd euro een probleem maken maar elkaar iets gunnen. Dat is het geheim van onze samenwerking.”

Pioniers

Het oorspronkelijke plan was een dorps huis realiseren in een leegkomend kerkgebouw. Maar dat ze er een commerciële partij bij nodig hadden was meteen vanaf 2010 duidelijk. Een projectplan dat op twee benen hinkt, bleek juist een voordeel. Want drie jaar later waren er al acht fondsen over de brug. Ook KNHM verstrekke een lening en daarmee was de financiering voor de verbouwing rond. “De fondsen haakten aan omdat we kleinschalig toerisme willen bevorderen én de leefbaarheid van een dorp als Pieterburen vergroten. Dat laatste gebeurt nu wel meer, maar in die tijd waren wij pioniers”, blikt Annelies Borchert, voorzitter van Stichting Dorpshuis, tevreden terug. Ze heeft alle redenen tot tevredenheid, want er is steeds meer animo voor het programma in het dorps huis, er is een vaste kern betrokken vrijwilligers en er is nu weer een goede plek voor het jaarlijkse Sinterklaasfeest. Voorheen was het altijd zoeken naar een locatie. Ze hebben het zelfs een keer in de grote Petruskerk gevierd, maar daar was het veel te koud en ook niet echt gezellig met de kerkbankjes achter elkaar. De algemene conclusie uit die tijd: “Er was veel voor toeristen, maar niet voor de dorpsbewoners.”

Juist dat toerisme bepaalt nu mede het succes. Anne Marie: “Dit zou nooit werken op een plek waar niet al toerisme is. Een derde van onze gasten loopt het Pieterpad, een derde fietst de Noordzeeroute en een derde komt voor oude kerken en molens, familie of om te herstellen van een burn out of ziekte.” Dit zijn dus, met andere woorden, mensen die al geïnteresseerd zijn in de omgeving. Niet vreemd dus, dat deze toeristen gevoelig blijken voor het verhaal achter hun overnachting. “Op elk bed ligt een A4'tje met daarop de uitleg dat er zonder de B&B geen dorps huis was geweest. Het slapen in een kerk vinden ze ook een unieke ervaring.”

Verder verduurzamen

Een andere sleutel tot succes is dat duurzaamheid een belangrijk doel was en is. “We hebben ruim 30 zonnepanelen op ons dak waardoor we besparen op elektriciteitskosten én we hebben geïnvesteerd in goede vloer- en dakisolatie.” En er zijn nog meer plannen. “We willen het gebouw verder verduurzamen. Volgend jaar staat de isolatie van de spouwmuur op het programma. Scheelt ook weer in de vaste lasten.” •

VERDIENMODEL: RECREATIE DORPSHUIS PIETERBUREN

Op de begane grond van de voormalige gereformeerde kerk in Pieterburen is een dorps huis met drie zalen, waarvan de grootste ruimte biedt aan zo'n 100 gasten. KNHM dacht mee over het bijzondere exploitatiemodel dat de bewoners ontwikkelden: op de bovenverdieping worden negen B&B-kamers verhuurd, die de activiteiten en het onderhoud van het dorps huis financieren. Zo'n dertig vrijwilligers runnen het dorps huis, professionals zwaaien de scepter in het Dorpslogement. Jaarlijks zijn er in het ontmoetingscentrum zo'n 150 activiteiten, waaronder live muziek en samen eten of koffie drinken. Vorig jaar waren er 1500 overnachtingen in de B&B.

www.dorpshuispieterburen.nl



Anne Marie Smits & Annelies Borchert

Anne Marie Smits:

"Je moet niet over elke honderd euro een probleem maken maar elkaar iets gunnen"



FOTO: BERT BEELDEN/HOLLANDSE HOOGTE

TOEN

Oudere mevrouw eet haar Tafeltje Dekje-maaltijd thuis in het gezelschap van haar vogel. Het bekende maaltijdproject verstreekte bijna 50 jaar lang warme maaltijden aan ouderen en andere hulpbehoevenden. Het project werd zwaar gesubsidieerd, mede door de overheid, en draaide vooral op vrijwilligers. Door Tafeltje Dekje nuttigden kwetsbare groepen toch een voedzame, gezonde maaltijd en ook nog in hun eigen vertrouwde omgeving.

NU



FOTO: VVB FOTOGRAFIE JOHN VOERMAN

Tegenwoordig is de subsidiekraan voor dergelijke initiatieven vanuit de overheid dicht-gedraaid en pakken buurtbewoners en maatschappelijke organisaties zelf de regie. Met een doordacht verdienmodel bieden zij kwalitatief goede zorg, en zijn ze minder afhankelijk van subsidies en dus duurzamer. En je maakt meer impact, zoals Annemarie Jorritsma ook zegt in het artikel op pagina 7: "Vroeger brachten we hulpbehoevende ouderen maaltijden via Tafeltje-Dekje, zonder ons te realiseren dat we daarmee veel eenzame ouderen achter de voordeur hielden. Nu zijn er in veel dorpen zorgcoöperaties actief die precies het tegenovergestelde doen. Ze brengen ouderen bij elkaar om ze met een klein beetje ondersteuning samen boodschappen te laten doen, te laten koken en afwassen. Dat is niet alleen veel efficiënter, maar ook een stuk leuker."