

Tijdschrift voor het ECONOMISCH ONDERWIJS



- **Themanummer**
“Van globaal naar lokaal”
- **Zien we het einde van de tunnel?**
- **Week van het economie-onderwijs**

DE ECONOMIE WREKT AAN

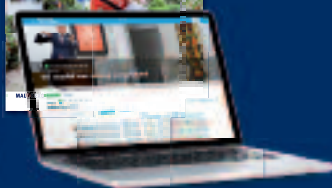
ONS

Malmberg, betrokken expert in economiemethodes

De economie is volop in beweging. En ook Malmberg staat niet stil. Vanuit een gedeelde passie werkten we de afgelopen jaren samen met honderden enthousiaste economiedocenten én leerlingen aan nieuwe lesmethodes voor het vak economie in het voortgezet onderwijs. Het resultaat mag er zijn. Aansprekende lesmethodes met een doorlopende leerlijn en een uitgebreid aanbod digitaal lesmateriaal. Samen voor beter economie-onderwijs, daar gaan we voor.

Meer weten over de lesmethodes economie van Malmberg?

Kijk op economievanmalmberg.nl



Economisch bekeken

VMBO Onderbouw + VMBO Bovenbouw

Praktische Economie

HAVO/VWO Onderbouw + HAVO/VWO Bovenbouw

Colofon

Tijdschrift voor het Economisch Onderwijs
is het officiële orgaan van de VECON.

Jaargang:
116^e jaargang

Hoofredacteur:
Hans Semeijn

Redactie:
Janwillem Adriaanse,
Wim Huijssoon,
Alphons F. Mantel,
Thomas Oosterkamp
Hans Semeijn,
Peter Voorend.

Redactieadres:
Hans Semeijn
0172 - 434479
e-mail: redactie@vecon.nl

Website:
www.vecon.nl

Advertenties:
Gert-Jan de Boer
e-mail: advertenties@vecon.nl
tel. 06-42717964

Kopij:
Kopij uitsluitend te zenden aan het redactieadres;
bij voorkeur per e-mail.

Overnemen van artikelen:
Het geheel of gedeeltelijk overnemen van artikelen is slechts toegestaan na schriftelijke toestemming van de redactie. Voor instellingen van hoger onderwijs is de zgn. KNUB-regeling van kracht.

Abonnementen:
€130,- per jaar.

Voor abonnementen en losse nummers:
e-mail:
ledenadministratie@vecon.nl

Vormgeving:
Fred Verweij, Wijchen.

Druk:
Senefelder Misset B.V.
Doetinchem.

Deadline:
Dit tijdschrift verschijnt 6 keer per jaar in januari, maart, mei, juli, september en november. De deadline voor het inleveren van kopij ligt steeds op de 12e van de maand vóór de maand van het verschijnen van het tijdschrift.



Van de hoofdredacteur: Kanteling en transitie	4
Hinlopen: Bruto Mantelzorgproduct <i>Jeroen Hinlopen</i>	5
Achterblijvend vertrouwen onderstreept noodzaak macro-prudentieel beleid <i>(DNB – bijdrage)</i>	7
Programma “Week van het economieonderwijs” 9 – 16 december	8
Column: Zo paait men 't slechte volk <i>Wim Kleijne</i>	9
Zien we het einde van de tunnel? <i>Sectie AE Vecon</i>	11
THEMAKATERN: “Van globaal naar lokaal”:	
Introductie & volledig overzicht themakatern (hieronder een selectie)	12
Globalisering, toen en nu <i>Steven Brakman en Charles van Marrewijk</i>	14
Marketing in het tijdperk van de betekenis economie <i>Kaj Morel</i>	24
De retoriek en realiteit van maatschappelijk verantwoord ondernemen <i>Johan Graafland en Hugo Smid</i>	29
De impact van onderwijsprogramma's: via kennis en attitude naar praktijk <i>Karen Maas en Marjelle Vermeulen</i>	36
Interview Social Enterprise NL: “Maatschappelijke impact first, daar gaat 't om!” <i>Hans Semeijn</i>	38
Kansen in de circulaire economie <i>Antoine Heideveld</i>	42
Lokaal en vers bij de boerderijwinkel <i>Joyce Dost</i>	45
Crowdfunding voor de lokale economie: kansen en uitdagingen <i>Helen Toxopeus, Ronald Kleverlaan en Friedemann Polzin</i>	50
Terrein winnen in het landschap van het economieprogramma vwo <i>Theo van der Veen (Cito)</i>	53
Siteseeing @ Video conferencing <i>Rina Timmerman</i>	57
Bedrijfseconomie: Kasstroomoverzicht <i>Wim de Reuver</i>	58
Methodeslaven (3) reactie Henk Douna	61
Voor je gelezen: Creatief na de crisis; Breken met banken	62
Impressies van de AEEE – conferentie <i>Ellen van den Wijngaart – van Helvoirt</i>	64
Verenigingsnieuws: Even wennen, die nieuwe website	66
Verenigingsnieuws: Bellen met: Theo Roos / Van de voorzitter	68



Kanteling en transitie

Afgelopen zomer deed ik 't nog. Zwemmen in de Noordzee, samen met duizenden anderen. Van heerlijk ontspannen dobberen tot borstcrawlend meters maken. Met als risico meegevoerd worden door de stroming. Verder van het strand af, de zee op Snelle weersveranderingen, heftige regen- en onweersbuien, overstromingen en stijging van het (zee-) waterpeil maken mensen – ver weg en dichtbij – langzamerhand bewust van wat al jaren aan de hand is, namelijk klimaatverandering. Met als gevolg een kanteling in ons denken over weer, klimaat, energiebeleid en menselijk gedrag.

Kantelingen en een groeiende onderstroom zie je óók op maatschappelijk en economisch gebied. Jan Rotmans*, hoogleraar transitiekunde, signaleert wat dat betreft veranderingen in denken, structuren en sturing. Volgens hem kantelt de maatschappij van een verticaal geordende, centraal aangestuurde, top-down samenleving naar een horizontale, decentrale, bottom-up samenleving, waarin gemeenschappen, coöperaties, sociale en fysieke netwerken steeds belangrijker worden.

Ook de structuur van de economie verandert. De nieuwe economie is decentraal en digitaal. Producten en diensten worden ontwikkeld en geleverd in gemeenschappen via nieuwe technologie op decentrale wijze. Dat geldt voor informatie, reizen, muziek, leren en geld. Bovendien gebeurt dat vaak slimmer, schoner en minder verspillend. De nieuwe economie heeft verschillende gedaanten, zoals deeleconomie, circulaire economie, automatisering (robots), digitalisering (cloud, internet of things) en makeuseconomie (3D-printer).

Al dan niet in combinatie met deze ontwikkelingen is er sprake van een machtswisseling. Een machtsoverdracht van grote, centrale bureaucratische organisaties, veelal gebaseerd op ideologie en religie, naar mensen die zich van onderop organiseren in netwerken en gemeenschappen. Mensen die kennis en informatie gebruiken om zo autonoom mogelijk te zijn. Een combinatie van netwerksturing en zelfsturing.

Deze kanteling in denken, organiseren en sturen gaat hand-in-hand met een zoektocht naar nieuwe waarden. "Van controle naar ruimte, van doelmatigheid naar aandacht en tijd, van wantrouwen naar vertrouwen, van regelzucht naar keuzevrijheid en van kosten en baten naar kwaliteit." Wanneer de aard, omvang en richting van de veranderingen fundamenteel van aard zijn, op vrijwel alle terreinen voorkomen en elkaar in eenzelfde richting versterken, dan is er sprake van een verandering van tijdperk, van een transitie. Een toekomstdroom of een naderende realiteit?

In dit themanummer "Van globaal naar lokaal" wil de redactie niet alleen de trends, ontwikkelingen in de (nog altijd dominante) globalisering proberen te schetsen, maar vooral zicht bieden op de onderstroom, lokaal en regionaal. Met korte artikelen, achtergrondverhalen, interviews, boekrecensies, organisatieprofielen en digitaal lesmateriaal. Over ondernemingsethiek, betekenisvol ondernemen (MVO, sociaal ondernemerschap), identiteitsmarketing, deeleconomie, circulaire economie, (kleinschalige) economische en maatschappelijke initiatieven.

Dit themanummer is de inhoudelijke opmaat naar de studiedag van 22 maart 2017. Veel leesplezier toegewenst, namens de redactie,

Hans Semeijn

**Verandering van tijdperk, Nederland kantelt, Jan Rotmans, ISBN 9789461040350, uitgeverij Aeneas, Boxtel, 2014.*

Bruto Mantelzorgproduct

Het terrein was meer geaccidenteerd dan verwacht. Elke heuvel moest ze hem duwen. Terwijl de locatie er toch op was uitgezocht om hem meer autonomie te geven. Het weer hielp ook niet mee. Een temperatuur boven een milde zomerse warmte was genoeg om zijn toch al beperkte energie verder in te perken/ te doen krimpen. De vakantie werd voor hem geen succes; de last van zijn onvermijdelijke ongemakken werden de ondertoon van wat ook voor hem een leuke week had moeten worden. Het geluk van hun tienerdochter kon weinig verlichting brengen. Ze bleef hem steunen en maakte er voor iedereen het beste van.



Een levensbeperkende ziekte is met recht een zwarte zwaan: weinigen worden er door getroffen, terwijl de gevolgen enorm zijn. Middenin het leven belanden in een rolstoel is even onwerkelijk als onacceptabel. Daarbij helpt het niet als de oorzaak van het ongeluk medici vooralsnog voor een raadsel stelt en het iedere dag weer afwachten is of alle werkende lichaamsfuncties van de vorige dag ook vandaag weer meedoen. Acceptatie van deze gestage afkalfing is een enorme uitdaging, zeker als de ziekte fysiologisch ook aangrijpt op dat deel van het lichaam waar de acceptatie plaatsvindt: de hersenen. Zijn normale worsteling werd in de vakantie extra aangezet door een grotere beperking van zijn beweeglijkheid vanwege het hoogteverschil, de hogere temperatuur, en de drukte van alle vakantiepret.

Met de komst van een levensbeperkte ziekte ziet menig mantelzorger het daglicht. Voor hen promoveert de vanzelfsprekende zorg voor dierbaren tot een structurele, extra dagtaak. Een onbezoldigde extra dagtaak. Niet alleen worden de dagelijkse inspanningen om het leven van getroffen dierbaren zo draaglijk mogelijk te maken niet vergoed, de bijkomende opofferingskosten zijn immens. De permanente zorgverlening beperkt de keuzes van de mantelzorger. En dat is duur. Maar tegen welke prijs moeten deze opofferingskosten in de boeken komen? Hoe duur is het om een wekelijks uurtje op de tennisbaan te moeten opgeven? Wat loop je mis als je die studie in de avonduren niet meer

kunt oppakken? Wat kost het om nooit meer te kunnen zeggen 'deze avond is van mij'? Haar opofferingskosten regen zich ook in de vakantie aan. Hebben mantelzorgers wel eens vakantie?

Volgens het CBS waren er in 2014 in Nederland ruim 3,7 miljoen mensen van 18 jaar en ouder die gedurende een periode van minimaal drie maanden mantelzorg verleenden; daarvan deden ruim 600.000 mensen dat voor meer dan acht uur per week. Nog eens een half miljoen mensen gaven mantelzorg voor een kortere periode. Bij een voorzichtige inschatting telt dit op tot 300 miljoen uur mantelzorg per jaar. Uitgaande van een modaal bruto uurloon van € 23 levert dit een kleine zeven miljard euro aan bruto toegevoegde waarde op. Het bruto mantelzorgproduct is zodoende 1% van het bbp. Ter vergelijking: volgens een in opdracht van het Ministerie van Infrastructuur en Milieu geschreven rapport is de toegevoegde waarde die aan Schiphol toegeschreven kan worden substantieel minder: een kleine zes miljard euro.

Voor ons waren de opofferingskosten negatief. Hij was een meer dan onderhoudend prater met gevoel voor humor. Haar bindend vermogen en immer positieve grondhouding werkten aanstekelijk. En alle kinderen genoten volop van het futuristische megazwembad met glijbanen zo lang als het oog reikte. De vakantie werd een succes kortom. Nu kent de economie veelal winnaars en verliezers. Win-win situaties bestaan ook, zoals uitgelegd bij Samenwerken & Onderhandelen. Ik keek van hem naar haar en dacht: besteedt het examenprogramma wel voldoende aandacht aan lose-lose situaties? Een ding stond in ieder geval voor me vast: de waarde van deze evenwichten wordt schromelijk onderschat door het Bruto Mantelzorgproduct.

Jeroen Hinlopen, Hoogleraar Economie aan de Universiteit Utrecht, en onderwijsdirecteur van Utrecht University School of Economics. Reactie naar:
J.Hinlopen@uu.nl

Lees de vernieuwde ESB.nu 4 weken gratis

Inzichten van
toeconomen
gebaseerd
op onderzoek



- ✓ VERBETERDE LEZERSERVARING
- ✓ BESCHIKBAAR OP ALLE DEVICES
- ✓ DAGELIJKE RELEVANTE UPDATES



**GA NAAR ESB.NU EN
PROBEER 4 WEKEN GRATIS**



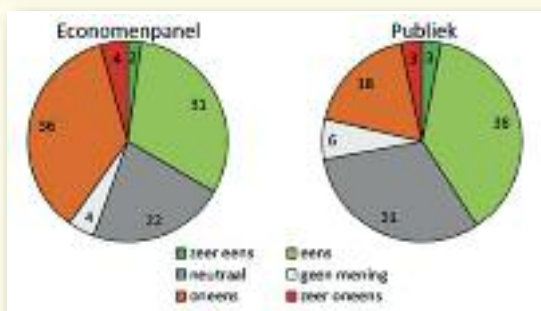
Achterblijvend vertrouwen onderstreept noodzaak macro-prudentieel beleid

Het vertrouwen in de stabiliteit van het Nederlandse financiële systeem blijft nog achter, zo blijkt uit een recente enquête. Een grotere bekendheid over de effecten van het macro-prudentieel beleid kan bijdragen aan vertrouwensherstel. Dat betoogt DNB-divisie-directeur Aerd Houben in zijn oratie bij de aanvaarding van het ambt van hoogleraar Financial Policies, Institutions and Markets aan de Universiteit van Amsterdam.



Uit een recente enquête onder een representatieve groep Nederlandse huishoudens en onafhankelijke deskundigen van economenpanel Me Judice (figuur 1) blijkt dat er ruimte is om het vertrouwen in de stabiliteit van het Nederlandse financiële systeem te verbeteren. Hoewel meer positieve dan negatieve oordelen zijn gegeven door het publiek, is een vijfde nog niet overtuigd van de robuustheid van het financiële systeem. Nadere analyse van de enquêteresultaten leert dat de twijfel over de stabiliteit samenhangt met de vraag of de regelgeving voldoende is aangescherpt. Respondenten die minder positief zijn, in het bijzonder economen, zijn vaker ontevreden over de aanscherping van de regels voor de financiële sector. Verder duidt het hoge aandeel neutrale antwoorden op mogelijke onbekendheid met de verhoging van de kapitaalbuffers en recente maatregelen om het financiële stelsel weerbaarder te maken.

Figuur 1 Stelling: “Ik heb vertrouwen in de stabiliteit van het NL financiële systeem”



De weifelende houding ten aanzien van de weerbaarheid van het financiële systeem is te verklaren vanuit het recente verleden. De mondiale financiële crisis ligt nog maar net achter ons, en heeft geleid tot aanzienlijk welvaartsverlies.

Kwetsbaar financieel systeem

Daarbij is vertrouwen in de stabiliteit van het financiële systeem geen vanzelfsprekendheid, omdat het verleden heeft geleerd dat dat systeem van zichzelf niet stabiel is. Het financieel systeem is inherent kwetsbaar. Zo kennen financiële instellingen een relatief laag eigen vermogen ten opzichte van hun totale balans. Dat betekent dat er zonder

aanvullende eisen te weinig kapitaal aanwezig zou zijn om verliezen op te vangen waardoor sneller een kettingreactie van verliezen kan ontstaan. Ten tweede lopen banken het risico dat rekeninghouders hun tegoeden direct opvragen, terwijl deze tegoeden langjarig zijn uitgeleend. Ook is sprake van procycliciteit waarbij een zichzelf versterkende wiselwerking bestaat tussen de financiële sector en de reële economie. In dat geval leiden verliezen bij banken tot minder kredietverlening, die op zijn beurt weer kan leiden tot wanbetalingen.

Noodzaak macro-prudentieel beleid

Behalve dat de kapitaaleisen van instellingen na de crisis fors zijn verhoogd, zijn de nodige macro-prudentiële maatregelen genomen. Macro-prudentieel beleid, gericht op de stabiliteit van de sector als geheel, is de voornaamste beleidsinnovatie na de financiële crisis en adresseert de inherente risico's van het financiële systeem. Het richt zich op systeemrisico's die niet zichtbaar zijn op individueel niveau, zoals concentratierisico's en verwevenheden tussen financiële instellingen. Ook wordt de opbouw van risico's binnen het financiële systeem afgeremd door eisen te verzwaren in tijden van sterke kredietgroei. Macro-prudentieel beleid is een aanvulling op kapitaaleisen, financieel toezicht en generieke waarborgen als een depositogarantiestelsel en noodfinanciering via centrale banken.

Er is inmiddels wetenschappelijk bewijs dat de nieuwe macro-prudentiële instrumenten – zoals systeembuffers, contra-cyclische buffereisen, stresstesten en limieten ten aanzien van kredietverstrekkingen (LTV, LTI) – effectief zijn. Meer bekendheid hierover kan bijdragen aan vertrouwensherstel.

Verder onderzoek is nodig ten behoeve van verbetering van de vormgeving van instrumenten. Financiële crises zijn niet geheel uit te sluiten, zo leren theorie en praktijk, maar kunnen wel minder waarschijnlijk en minder ontwrichtend worden gemaakt.

Bron: Dit artikel is overgenomen uit het DNB-bulletin van 16 september 2016.

Zie ook het artikel van Aerd Houben en Maarten van Rooij op <http://www.mejudice.nl/artikelen/detail/aanpassingen-financiele-systeem-nog-onvoldoende-voor-breed-herstel-vertrouwen> Op diezelfde plek kun je ook de complete oratie van Aerd Houben nalezen.

Week van het economieonderwijs

Gaat het economieonderwijs goed om met de veranderingen in de economie en met de pluriformiteit van het economisch denken? En specifiek voor het voortgezet onderwijs: zijn de economische vakken - economie en management & organisatie - eigenlijk wel algemeen vormend genoeg? Deze vragen staan centraal in de "Week van het economieonderwijs", die van 9 tot en met 16 december plaatsvindt.

Advertentie



Diplomalijn Ondernemerschap
Versterk het cv van uw leerling met een Associatiediploma!

Associatiediploma Basiskennis Ondernemerschap

Niveau vergelijkbaar met mbo2

Dit diploma biedt de leerling een stevige basis om straks een eigen bedrijf te starten. Met kennis op het gebied van bedrijfsadministratie, P&O en marketing is hij/zij straks op meerdere gebieden gedegen voorbereid. Na het behalen van Basiskennis Ondernemerschap kiest de leerling voor een specialisatie in Bedrijfsadministratie of in de commercie.

Associatiediploma Basiskennis Boekhouden (BKB®) / Elementair Boekhouden

Niveau vergelijkbaar met mbo3

Met kennis op bedrijfsfinancieel vlak weet de leerling straks hoe het bedrijf er financieel voorstaat, hij/zij heeft meer grip op de zaak. Basiskennis Boekhouden (BKB®) / Elementair Boekhouden ondersteunt de lesstof van het vak Management & Organisatie en geeft diverse vrijstelling in het hbo.

NIMA Basiskennis Marketing

Niveau vergelijkbaar met mbo3

Commercieel inzicht kan doorslaggevend zijn voor zakelijk succes. Met kennis op het gebied van marketing is uw leerling straks in staat om krachtige reclame te maken richting de juiste doelgroepen. Op basis van het diploma NIMA Basiskennis Marketing kan de leerling bij NIMA of bij een vervolopleiding informeren naar een individuele vrijstelling. NIMA Basiskennis Marketing: de voorsprong voor jong talent!

ASSOCIATIE PRAKTIJKEXAMENS

Functiegericht Associatiediploma Financieel Ondernemer

- = Basiskennis Ondernemerschap
- + Basiskennis Boekhouden (BKB®) / Elementair Boekhouden

Functiegericht Associatiediploma Commercieel Ondernemer

- = Basiskennis Ondernemerschap
- + NIMA Basiskennis Marketing

Meer weten?

Bereid uw leerling voor op het zelfstandig ondernemerschap of biedt ze meer kansen op de arbeidsmarkt met een waardevol diploma. Kijk op www.associatie.nl of stuur voor aanvullende informatie en uw gereduceerde tarieven een e-mail naar s.hilferink@associatie.nl



Leverancier van vertrouwen

Op woensdag 14 december organiseert de VECON een studiemiddag voor docenten VO/MBO in Utrecht. Naast een inleiding door prof. dr. Esther-Mirjam Sent (Radboud Universiteit) plus discussie over het weekthema zijn er workshops voor docenten VMBO, HAVO, VWO en MBO. Het volledige programma wordt binnenkort bekend gemaakt op www.vecon.nl en via de digitale nieuwsbrief.

Activiteitenoverzicht

Het Tijdschrift voor Politieke Economie (TPE) publiceert op www.tpedigitaal.nl een bundel met inhoudelijke artikelen over de vormgeving van het bachelor curriculum aan de Nederlandse universiteiten. Doelgroep: academici die lesgeven.

Rethinking Economics organiseert op maandag 12 december een debatavond met o.a. professor Steve Keen (Kingston University, Verenigd Koninkrijk). Doelgroep: kritische economiestudenten, docenten en andere geïnteresseerden. Meer informatie op www.rethinkingeconomics.nl

Tilburg University organiseert op donderdag 15 december een academische conferentie over economieonderwijs voorafgaand aan de oratie van Lans Bovenberg over "Vernieuwing van het economieonderwijs".

Aeclipse organiseert op vrijdag 16 december een landelijke olympiade voor economiestudenten. De week wordt afgesloten op vrijdag 16 december met een bijeenkomst waarop een economiedocent in het zonnetje wordt gezet, de prijsuitreiking van de economieolympiade plaatsvindt en de preadviezenbundel gepresenteerd en aangeboden wordt. De preadviezen van de Koninklijke Vereniging voor de Staathuishoudkunde (KVS) bevatten artikelen over economieonderwijs in den breedte. De bundel wordt in ontvangst genomen door

Organisatie: ESB, in samenwerking met o.a. KVS, economische faculteiten, VECON en Rethinking Economics NL. **Houd het nieuws hierover in de gaten, op www.vecon.nl en www.esb.nu!**



Zo paait men 't slechte volk

Een citaat* uit de *Palamedes* van Vondel, waarin Ajax vervolgt met *“Zo leit men kinders slapen”*. Dit citaat kwam spontaan bij me op toen ik de afgelopen tijd de kranten opsloeg, tv uitzendingen zag en dergelijke. Het leek wel een epidemie: ieder die wat voorstelde (of wilde voorstellen) in het onderwijswereldje lanceerde een idee, waarvan aangekondigd was dat het nu om iets heel nieuws ging. Zo wel bewindslieden en beleidsmakers als andere hotemetoten maakten zich daaraan schuldig. Dikwijls ging het dan om een opvatting die 'lekker in de markt ligt', die het sociaal goed doet. Zo ging het over drempelloos doorstromen, zoals van vmbo-tl naar havo zonder nader onderzoek, zonder een minimum cijfergemiddelde en dergelijke. Als je dan nog mocht uitgaan van een feit zoals het in elkaars verlengde liggen van de respectievelijke onderwijsprogramma's, dan zou het nog wat zijn. Maar voor de diverse vakken is daar geen sprake van. De 'b' van vmbo en de 'a' van havo wijzen naar wezenlijk andere bedoelingen. Dat de doorstroombaarheid bestaat, is iets heel anders dan deze op de huidige onderwijskundige situatie als normaal te definiëren. Het niet in elkaars verlengde liggen van de programma's rechtvaardigt direct de op te werpen drempel, de ervaringen van de deskundigen voor de klas bevestigen dit. De desbetreffende theoretische onderbouwingen zijn vaak flinterdun en dikwijls gespeend van feitelijk onderzoek. Natuurlijk zijn er uitzonderingen, maar die bevestigen slechts de regel!

Wim Kleijne



Het drempelloos moeten worden van deze doorstroming gaat de kwalificatie 'het is een opvatting' niet te boven. Maar deze opvatting is wel goed voor het 'paaien van het slechte volk'.

Dat is zeker ook het geval met datgene wat de afgelopen tijd allemaal naar voren is gebracht in het kader van de breedte van de onderbouw van onze scholen. Het zou afgelopen moeten zijn met de enkelvoudige adviezen vmbo, havo, vwo. De adviezen zouden veel breder moeten zijn, zoals vmbo-havo, havo-vwo of nog breder. Waar hebben we dat eerder gehoord? Inderdaad, dat was de hele midden-school discussie, die geleid heeft tot het idee van

de 'brugklas', maar uiteindelijk een andere naam is geworden voor de eerste klas van het VO. En ook de 'verlengde brugperiode' van twee of drie jaar was op de keper beschouwd een andere naam voor de klassen 1 en 2, resp. 1, 2 en 3. Uitzonderingen daargelaten. Sociaal gezien prachtige gedachten: allen bij elkaar. Maar onderwijskundig: wangedrochten. Verschillende niveaus in één klas zijn vaak nauwelijks te hanteren. Het ideaal dat de betere leerling de zwakkere zal helpen, werkt niet: de betere komt niet aan zijn trekken en de zwakkere leert echt niet méér.

Zo zijn er alleen maar verliezers. Natuurlijk kennen ook de voorstanders hiervan de oude discussie en dus wordt er een onderzoek opgezet. Uit een onderzoek van de RUG zou dan gebleken zijn dat er meer leerlingen vanuit een breed opgezette brugperiode in de vierde klas terecht komen dan vanuit een smal opgezette brugperiode. Brede adviezen zouden hetzelfde beeld geven in vergelijking met enkelvoudige adviezen. Maar ook hier is het desbetreffende onderzoek het niveau van het optellen van aantallen niet te boven gekomen en dus flinterdun. Ook hier dus alweer: slechts een opvatting. Ook op dit punt *'leit men kinders slapen'*.

Opvattingen, ze horen bij het leven en op zich is daar natuurlijk niets mis mee. Maar beleid maken is iets anders dan opvattingen spuien en die tot beleid verheffen. En daar lijdt het onderwijs momenteel onder. Zelfs onder aanvoering van de Raden die pretenderen het onderwijs te vertegenwoordigen, zoals de VO-raad.

Beleid heeft behoefte aan krijt aan de vingers, om in oude termen te spreken. Daarom o leraar, laat je niet paaien, zorg dat je niet te slapen geleit wordt. Jij bent de deskundige en niemand anders. Neem Vondel ter harte met zijn besluit *“maar Ajax nimmermeer”*.

Wim Kleijne is wiskundige, filosoof en columnist. Eventuele reacties naar wim.kleijne@xs4all.nl

*Het citaat is uit *'Palamedes oft vermoorde onnozelheid'*, waar Ajax in een discussie met Nestor en Agamemnon zegt: *'Zo paait men 't slechte volk. Zo leit men kinders slapen, maar Ajax nimmermeer'*.



Weten wat geld en geluk met elkaar gemeen hebben?

Ervaar 't in het Bezoekerscentrum van
De Nederlandsche Bank

Bel 020 524 3339 of mail bezoekerscentrum@dnb.nl
en boek een rondleiding, speciaal voor scholieren
vanaf 16 jaar.

Het DNB Bezoekerscentrum heeft in een jaar een record aantal
bezoekers ontvangen: ruim 22000!

www.dnb.nl/bezoekerscentrum



Zien we het einde van de tunnel?

Over de stand van zaken bij het vwo economieprogramma 2017 e.v.

Trouwe lezers van dit blad zijn via TEO nummer 3 (mei 2016) op de hoogte van de daarin gemotiveerde Vecon-actie een brief aan OCW te schrijven, waarin een voorstel wordt gedaan om uit de impasse te geraken. Hoe is daarop gereageerd? Is het einde van de tunnel in zicht?

Sectie AE Vecon

OCW reageert nog vóór de afgelopen zomer. Op **geen enkel** inhoudelijk Vecon-voorstel wordt in de brief ingegaan. Ook **niet** op het Vecon-voorstel om voor 2018 alle eindtermen rond die 'Phillipscurve' on hold te zetten. OCW kiest in navolging van het CvTE voor een gesprek tussen een beperkt aantal vertegenwoordigers van zowel CvTE als Vecon, nu o.l.v. OCW. Mensen van dit ministerie constateren dat het gesprek tussen CvTE en Vecon vast is gaan lopen en zetten daarom in op het normaliseren van de betrekkingen.

Half september zitten de voorzitter en sectiehoofd AE van de Vecon dan rond de tafel met de secretaris en het hoofd maatschappijvakken van het CvTE. Er komt wederzijdse irritatie op tafel die eerst uitgepraat moet worden, voordat verder kan worden overlegd. De sectievoorzitter AE tracht - als enige econoom in het gezelschap - toch nog de bezwaren van Vecon tegen de procedure, maar vooral tegen de inhoud van die recent opgenomen eindtermen aan de orde te stellen. En maakt daarbij duidelijk hier een groot deel van de achterban te vertegenwoordigen. Debat wordt echter niet gevoerd, want alle andere personen geven aan geen econoom te zijn en daarom geen inhoudelijke reactie te kunnen geven. Op vragen over de gevolgde procedure komt niets nieuws op tafel: de inhoudelijke keuze voor Phillipscurve en NAIRU wordt verdedigd met verwijzing naar een gevraagd advies aan Teulings van drie jaar geleden. Het zou ons een groot goed zijn als **van de zijde van het CvTE** deze adviesbrief openbaar gepubliceerd wordt, zodat het veld zelf kan oordelen over de motivatie in dit advies. De vraag waarom de laatste drie jaar dan desondanks nog zoveel commotie bleef bestaan, kon niet worden gesteld. Gemeld is dat het 2017-programma ook ongewijzigd voor 2018 zal gelden.

Vervolgens worden twee toekomstige ontwikkelingen in de programmaconstructie voor het voetlicht gebracht, die gezien zouden kunnen worden als 'openingen' voor een (constructievere) toekomstige samenwerking: a. Opvoeren van een mogelijke eindterm over een deel van de 'economische modellen-geschiedenis' voor in het **schoolexamen**, en b. Een aanpassing van het Havo-programma omdat deze 'verouderd' zou zijn.

Phillipscurve in SE?

OCW vindt het belangrijk dat het economieonderwijsveld voldoende vertrouwen in een programma heeft. Het is op het ministerie duidelijk geworden dat dit (nog) onvoldoende het geval is. Vandaar de geboden 'opening' a.? Overwogen wordt verder een programmaonderdeel in het schoolexamen op te nemen, waarbij docenten de vrijheid krijgen een keuze te maken uit een reeks beschreven modellen. Te denken valt aan een keuze uit die dan daar geplaatste Phillipscurve, de gekende modellen IS/LM en Keynes' of mogelijke andere modellen.

De Vecon is altijd voorstander geweest van het vooral bij vwo-leerlingen bevorderen van modelmatig denken, wat verder gaat dan het opvoeren van genoemde (gekende) modellen. Maar met name de onderbouwde modellen kunnen daaraan een bijdrage leveren. In ieder geval zou deze constructie een grote angel uit het 'conflict' kunnen halen en de gemoederen sussen. De Vecon onderschrijft dit voorstel en hoopt op invoering voor 2019 als de eerste mogelijkheid.

Ook een verandering van het Havo-programma blijkt prioriteit. Bij een verandering van programma-inhoud worden procedures weer debat actueel. Waarom is dat programma verouderd, wat zijn de veranderingswensen en waar komen die vandaan? De Vecon hoopt vurig, vraagt zelfs, dat in dit geval niet de procedureweg zal worden afgelegd zoals de laatste 5 jaar bij de opname van de eindtermen rond de Phillipscurve. Voor een transparante totstandkoming van de inhoud van onderwijsprogramma's hebben we in Nederland immers een goede en bevredigende democratische traditie van minstens ruim een halve eeuw.

OCW

De Vecon stuurt OCW een brief waarin samenwerking wordt aangeboden met betrekking tot de twee 'openingen'. Voor wat betreft 'opening' a., wordt de nadrukkelijke wens uitgesproken nog vóór de jaarwisseling daarover uitsluitel te krijgen. De Vecon wacht geduldig af.

Wordt vervolgd

Inhoudsopgave themakatern

Globalisering, toen en nu <i>Steven Brakman en Charles van Marrewijk</i>	14
Deglobalisering, een zekere trend? <i>Peter van Bergeijk</i>	18
Voor je gelezen: “De globaliseringsparadox” (Dani Rodrik) <i>Jos de Graaf</i>	19
Profielen: De Grote Transitie en MVO Nederland	20
Voor je gelezen: “Handboek betekenisvol ondernemen” (Kees Klomp, Stefan Wobben en Jesse Kleijer) <i>Hans Semeijn</i>	21
Profielen: De Groene Zaak en Het Groene Brein	23
Marketing in het tijdperk van de betekenisconomie <i>Kaj Morel</i>	24
Ondernemingen nemen hun verantwoordelijkheid (korte samenvatting van de oratie van Johan Wempe) <i>Jos de Graaf</i>	27
De retoriek en realiteit van maatschappelijk verantwoord ondernemen <i>Johan Graafland en Hugo Smid</i>	29
Impact meten, hoe doe je dat? <i>Karen Maas</i>	34
Profiel: Groene Generatie	35
De impact van onderwijsprogramma's: via kennis en attitude naar praktijk <i>Karen Maas en Marjelle Vermeulen</i>	36
“Maatschappelijke impact first, daar gaat 't om!”, interview met Willemijn Verloop en Mark Hillen (Social Enterprise NL) <i>Hans Semeijn</i>	38
Voor je gelezen: “Share: kansen en uitdagingen van de deeleconomie” (Pieter van de Glind en Harmen van Sprang) <i>Alphons F. Mantel</i>	41
Kansen in de circulaire economie <i>Antoine Heideveld</i>	42
Keuzeonderwerpen over het thema	44
Lokaal en vers bij de boerderijwinkel <i>Joyce Dost</i>	45
“Zolang de gezondheidszorg maar wint en niet de managers” over Buurtzorg <i>Janwillem Adriaanse</i>	48
Energiecoöperaties, gevangen tussen ideaal en economische realiteit? <i>Sonja van Veen</i>	49
Crowdfunding voor de lokale economie: kansen en uitdagingen <i>Helen Toxopeus, Ronald Kleverlaan en Friedemann Polzin</i>	50
Extra, in de digitale versie: Happy is the new rich <i>Sultan Göksen</i>	73
Modern verantwoord ondernemen in het MBO <i>Thomas Oosterkamp</i>	74

Glocalisering en betekenisgeving

De nieuwe economie ontwikkelt zich vanuit de bestaande economie. Als vernieuwing, aanpassing of verstoring ervan, soms als kritiek erop. Door bijvoorbeeld technologische ontwikkelingen, andere maatschappelijke opvattingen, nieuwe machtsverhoudingen of veranderde behoeften. Een poging tot trendwatching.

Hans Semeijn

De nieuwe economie wordt - nationaal en internationaal – langzamerhand zichtbaar en is gericht op verduurzaming. Integratie duurzaamheid op ecologisch, sociaal en financieel gebied (Triple P). Een lange termijn ontwikkeling die vorm krijgt als gevolg van én in combinatie met een viertal trends, namelijk glocalisering, instant verbondenheid, transparantie en nieuwe waarden.* Glocalisering als combinatie van globalisering – van handel, markten, kennis en informatie – en decentralisatie van macht en activiteiten naar lokaal niveau (lokalisering). Mensen en bedrijven zijn door digitalisering en mobiele technologie altijd en overal verbonden, en bouwen netwerken, vormen met elkaar – fysiek of virtueel - gemeenschappen. Consumenten, aandeelhouders en andere belanghebbenden eisen, als gevolg van globalisering en digitalisering, steeds meer transparantie van overheid en bedrijfsleven. Consumenten – burgers in het algemeen – hechten, mede door de crisis van 2008, weer meer aan saamhorigheid, sociale verbanden. Tevens is sprake van een herwaardering van de fysieke en lokale omgeving, en van betekenisgeving. Elementen in een zoektocht naar nieuwe waarden.

Bovengenoemde ontwikkeling en trends worden gedragen en vorm gegeven door koplopers in het bedrijfsleven, wetenschappers, cultural creatives, politici en particulieren. Een ontwikkeling die extra impulsen heeft gekregen door o.a. aanvaarding van de Sustainable Development Goals (VN-top, september 2015) en het van kracht worden van het Klimaatakkoord van Parijs (november 2016). In dit themakatern ligt de nadruk op waardecreatie en ondernemen, tegen de achtergrond van duurzame ontwikkeling, glocalisering en nieuwe waarden.

Opbouw en inhoud themadeel

Het themakatern begint met een schets van ontwikkelingen op het gebied van globalisering. In de eerste drie bijdragen passeren o.a. de geschiedenis, voors en tegens, een terugval (trade slow-down) en politiek-democratische grenzen van globalisering de revue.

In het tweede blok gevolgd door een boekrecensie over inhoud en belang van betekenisvol ondernemen en een artikel over management en marketing in het tijdperk van de betekenis-economie. De her-

oriëntatie bij bedrijven over hun eigen rol staat in het derde blok artikelen centraal. Aan bod komen veranderingen in denken over ondernemingsethiek, retoriek en realiteit van maatschappelijk verantwoord ondernemen in het mainstream bedrijfsleven (met nadruk op 'planet'), de rol van koplopers (in de organisatieprofielen), impact meten, sociaal ondernemerschap en nieuwe verschijningsvormen, zoals circulaire economie, en deeleconomie.



Lokale en kleinschalige economische en maatschappelijke initiatieven komen aan bod in het vierde blok artikelen. Als uitingen van een zoektocht naar nieuwe waarden en herontdekking van oude waarden. Van een wederopstanding van de civil society, de doe-democratie. Van de do-it-ourselves beweging, met in het kielzog een revival van de coöperatie als samenwerkingsvorm. Van een reactie op "de erosie van grootschalige organisaties die zijn georganiseerd als een routinematige dienstverleningsindustrie." Als gevolg waarvan burgers en professionals (in o.a. zorg, welzijnswerk en onderwijs) zeggenschap respectievelijk hun professionele ruimte opeisen. # Aan bod komen onder andere de opkomst van boerderijwinkels, energiecoöperaties, buurtzorg, en crowdfunding (als alternatieve financieringsvorm).

In het vijfde blok tref je enkele - door de redactie verzameld(e) - onderwijsprojecten, passend bij het thema "Van globaal naar lokaal". In de papieren TEO slechts een kort overzicht, in de digitale versie – op www.vecon.nl – het verzamelde materiaal.

**Vrij naar "Zakendoen in de nieuwe economie" van Marga Hoek (2013), managementboek van het jaar 2014'.*

#Pieter Hilhorst en Jos van der Lans hebben in "Sociaal doe-het-zelfen" (2013) hierover een inspirerende verkenning gepubliceerd.

Globalisering; toen en nu¹

De globalisering van nu is anders dan de globalisering van toen doordat opkomende economieën nu, in tegenstelling tot vroeger, direct concurreren met producten en productie-capaciteit (en dus werkgelegenheid) in ontwikkelde landen. Mede daardoor is er nu meer aandacht voor de ongelijke verdeling van welvaartseffecten, die vooral gunstig zijn voor grote groepen mensen in ontwikkelingslanden en de aller-rijksten en minder gunstig voor de aller-armsten in Afrika en de middenklasse in ontwikkelde landen. Ook is er toenemende aandacht voor de overgangsproblemen bij het omschakelen van het ene type product in een sector (import) naar een ander type product in een andere sector (export).



Steven Brakman
en Charles van
Marrewijk²

Inleiding

Het zal niemand ontgaan zijn dat 'globalisering' tegenwoordig aanleiding is tot verhitte discussies: het Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP) staat ter discussie, het Verenigd Koninkrijk heeft aangekondigd de Europese Unie te willen verlaten (BREXIT) en de Amerikaanse verkiezingsstrijd om het 2016-presidentschap staat mede in het teken van weggeconcurrerde banen in de industrie, waarbij men beschuldigend in de richting van Azië kijkt en waardoor de TransPacific Partnership (TPP) overeenkomst onder druk staat.

De aanleiding voor deze aandacht gaat terug tot de jaren negentig van de vorige eeuw toen men (in het westen) constateerde dat de werkgelegenheid in de industrie terugliep. Twee verklarende factoren werden aangedragen: de invloed van technologische ontwikkelingen – denk aan de stormachtige ontwikkeling van ICT (computer neemt werk over) – en de toenemende globalisering (concurrentie lage lonen landen). De indruk die daarbij ontstaat is, dat globalisering iets van recente datum is. Dit is een misvatting. Globalisering is van alle tijden, en zelfs de aandacht ervoor is van alle tijden.³

Globalisering, toen

Twee bekende onderzoekers in dit verband, O'Rourke and Williamson (1999, 2000, 2001), beargumenteren dat de groei van de internationale handel, zoals die plaatsvond vóór de 19e eeuw voornamelijk gericht was op niet-concurrerende goederen.⁴ Hierbij valt te denken aan koffie, thee, suiker, specerijen. Goederen waarvoor geen lokaal alternatief voorhanden was en die dus ook niet concurreerden met lokaal voortgebrachte producten. Aanvankelijk waren dit luxe producten, waarvoor de welvarende gebruikers in staat waren niet alleen de hoge prijs te betalen – de toevoeging 'peperduur' is niet voor niets in de 17e eeuw ontstaan – maar ook de hoge transportkosten. De ontdekkingsreizigers kwamen terug met ongewone producten en creëerden met dit exotische aanbod tevens de vraag. Dit gebeurde echter zonder lokale

producenten weg te concurreren; er waren immers geen lokale alternatieven.

Globalisering in de zin van concurrentie met lokale producenten begon pas in de 19e eeuw. In Europa vond vanaf ruwweg 1800 tot 1913 een ware transportrevolutie plaats: kanalen werden uitgegraven, de toegang tot de Rijn werd geliberaliseerd en investeringen in havens namen toe. Door al deze verbeteringen vonden spectaculaire dalingen van transportkosten plaats. Ook konden door de opening van het Suez kanaal en het Panama kanaal tijdrovende en gevaarlijke routes langs Kaap de Goede Hoop en Kaap Hoorn vermeden worden. De belangrijkste ontwikkeling was ongetwijfeld de toepassing van de stoommachine in de scheepvaart en de spoorwegen. In de VS, bijvoorbeeld, werd de reistijd tussen Cincinnati en New York teruggebracht van 52 naar slechts 6 dagen tussen 1817 en 1852.^{5,6} Maar ook andere uitvindingen waren belangrijk. Nieuwe koeltechnieken maakten het mogelijk bederfelijke waar over grote afstanden te transporteren. De wereld veranderde in sneltreinvaart en de overheersende gedachte werd dat vrijhandel goed is.

Onder invloed van de vrijhandelsdoctrines van Adam Smith en van David Ricardo, werden veel handelsrestricties verwijderd. Rond 1860 was er met betrekking tot het Verenigd Koninkrijk en Nederland sprake van vrijhandel. Daarnaast werden in aparte bilaterale verdragen de handelsbelemmeringen tussen veel landen verder verminderd.

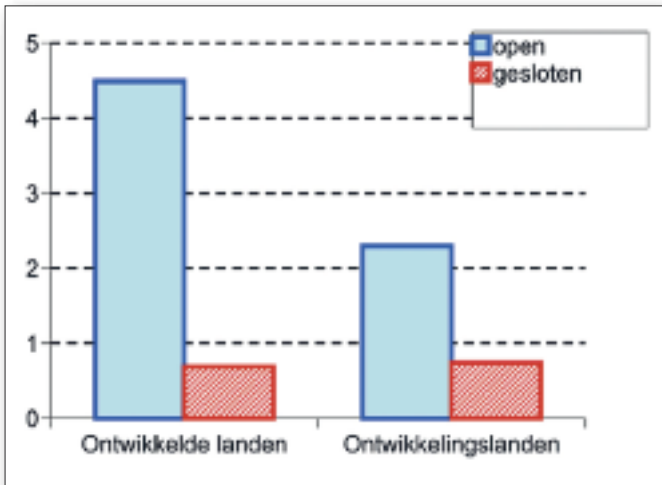
Na de eerste wereldoorlog trad een breuk op met het verleden. De wereldwijde economische crisis in de jaren dertig van de vorige eeuw stimuleerde een dramatische toename van protectionistische maatregelen, volgens de League of Nations "...yet never before in history were trade barriers raised so rapidly or discrimination so widely practiced."⁷ Dit had uiteraard grote gevolgen voor de handel. De omvang van de internationale handel zakte dramatisch in. Pas rond de jaren zeventig van de vorige eeuw was het relatieve niveau van de internationale handel weer terug op het niveau van vlak voor de eerste wereldoorlog. Afgezien van enkele niet onbelangrijke verschillen in de details van beide golven zijn er duidelijk twee grote perioden van globalisering waar te nemen: een die tot volle bloei kwam in de 19e eeuw en een die na de tweede wereldoorlog begon en tot heden voortduurt.⁸

Globalisering, nu

In de economie gebeurt niets zonder dat iemand er beter van wordt, of denkt te worden. Maar wie zijn

de winnaars of de eventuele verliezers? Volgens de meeste economen valt de balans positief uit, maar volgens veel anti-globalisten negatief. Economen wijzen erop dat globalisering ook een politieke keuze is; men kan altijd de grenzen sluiten (denk aan Noord-Korea). Blijkbaar is globalisering gunstig, anders zou je het niet doen. Maar dit is te grof of te gemakkelijk. Er zijn wel degelijk verliezers. Die discussie wordt nu intensief gevoerd; denk aan Brexit en TTIP. Wat de anti-globalisten ons duidelijk maken is dat globalisering en welvaart voor allen niet noodzakelijkerwijs hand in hand gaan, en dat sommige landen zelfs gevangen lijken in een armoedeval.

De meest voor de hand liggende vraag in dit verband is: leidt meer handel tot meer groei? De standaardtheorie leert ons dat handel de groei stimuleert. Dat komt omdat door specialisatie de productiemiddelen mondiaal gezien optimaler worden ingezet (dit zijn statische voordelen van handel), maar ook omdat men door handel de beschikking krijgt over andere productietechnieken. Door mondiale concurrentie is men voortdurend gedwongen de beste technieken te adopteren of zelf te ontwikkelen (dit zijn de dynamische voordelen van handel).



Uiteraard is onderzoek gedaan naar deze relatie tussen openheid en groei. Aanvankelijk leek het dat de relatie eenduidig was: meer handel leidt tot meer groei (Sachs en Warner, 1995).¹⁰ Figuur 1 geeft dit weer. Openheid, althans zo lijkt het, stimuleert de groei; hoe opener des te hoger de groei. En dat geldt zowel voor ontwikkelde als voor ontwikkelingslanden.

Maar zoals dat gebruikelijk is in empirisch onderzoek, kwam hierop forse kritiek. Wat betekent 'open' eigenlijk? In de praktijk meet men dit met een 'dummy-variabele.' De term 'dummy' kan hier letterlijk worden genomen. Wat is het geval? Om te bepalen of een land open of gesloten is construeert men een variabele die de waarde 1 (open) of 0 (gesloten) heeft. In de studie van Sachs en Warner (1995) valt een land in de categorie gesloten als het aan één van de volgende vijf criteria voldoet:

• Een premie op de zwarte markt van ten minste 20 procent op buitenlandse valuta;

- Export in handen van een staatsmonopolie;
- Een socialistisch economisch systeem;
- Niet-tarifaire belemmeringen van toepassing op meer dan 40 procent van de invoer;
- Gemiddelde invoertarief hoger dan 40 procent.

Op zichzelf lijken dit allemaal redelijke criteria om vast te stellen of een land open staat voor buitenlandse invloeden of niet. Een nadere analyse wijst echter uit dat eigenlijk maar twee variabelen de scheiding tussen open en gesloten bepalen: de variabele die betrekking heeft op staatsmonopolie en de premie op de zwarte markt. Deze twee variabelen bepalen de groepsindeling, maar identificeren vrijwel alle Sub-Sahara landen, alsmede een paar landen in Latijns Amerika met grote politieke en economische problemen. Een 'dummy' variabele voor Afrika of één voor politieke en economische problemen had ook volstaan om de groepsindeling te bepalen. Dit zet de gevonden relatie tussen openheid en groei onder druk. Voor anti-globalisten is dit een belangrijke conclusie.¹¹

Een opmerkelijke conclusie als deze kan natuurlijk niet zonder weerwoord kan blijven. Door zeer nauwkeurig naar de definitie van openheid te kijken blijkt dat de relatie tussen openheid en groei wel degelijk bestaat – openheid en groei gaan hand in hand – zij het dat deze relatie met wat minder overtuiging gebracht kan worden dan men dacht. De critici van globalisering werd hierdoor een belangrijk argument uit handen geslagen. Bovendien impliceert deze conclusie dat armoede als zodanig minder wordt, omdat tevens blijkt dat een grote groep arme landen profiteren van economische groei.¹² Maar betekent dit ook dat de wereld inkomensverdeling minder ongelijk is geworden? Het is mooi als het gemiddelde inkomen van een land stijgt door meer openheid, maar betekent dit ook dat iedereen erop vooruit gaat?

Uit recent onderzoek blijkt dat dit niet het geval is. Grote delen van de wereldbevolking profiteren niet van de voordelen van globalisering, en de inkomensverdeling binnen landen wordt steeds ongelijker. De Wereldbank-econoom Branco Milanovic maakte een mooie 'olifant' grafiek waar dit zichtbaar wordt. Op de horizontale as staan percentielen van de wereldbevolking afgebeeld van laag naar hoog. Op de verticale as de verandering van het reële inkomen tussen 1988 en 2008.¹⁴ De allerarmsten zijn er in deze periode nauwelijks op vooruit gegaan, een grote groep mensen in vooral de opkomende economieën hebben hun inkomen

Figuur 1 Groei in relatie tot openheid; procent, 1970 – 1989.⁹

zien stijgen, evenals de allerrijksten. Het dal rond het 8e percentiel is opvallend. Dit betreft vooral de middenklasse in de rijke landen.

De westerse anti-globalisten zien een duidelijk verband met de toenemende globalisering. Voor ingewijden is de discussie interessant omdat de voor-aanstaande vakgenoten elkaar in de haren vliegen

over de vraag welke theorie in welke situatie mag worden toegepast.¹⁵ Deze link tussen globalisering en de arbeidsmarkt staat nu volop in de belangstelling. Figuur 3 laat dit zien voor 16 Europese landen. Van links naar rechts geven de panelen (a)-(c) voor laaggeschoolden, middelbaar geschoolden en hooggeschoolden aan hoe het aandeel van de respectievelijke beroepsgroep in de beroepsbevol-

¹ Wie vindt dat de term *globalisering* een *anglicisme* is, moet zich realiseren dat *mondialisering* een *gallicisme* is.

² Delen van dit artikel zijn gebaseerd op eerder werk van de auteurs (zie S.Brakman: oratie 18 mei 2004: <http://www.eco.rug.nl/medewerk/brakman> of Charles van Marrewijk (2017), *International Trade*, Oxford University Press, Oxford, U.K. Steven Brakman (Rijksuniversiteit Groningen): s.brakman@rug.nl Charles van Marrewijk (Xi'an Jiaotong - Liverpool University (XJTLU) in Suzhou, China): Charles.Vanmarrewijk@xjtlu.edu.cn

³ Het beroemde citaat van John Maynard Keynes uit 1919 geeft dit goed weer (*The Economic Consequences of the Peace*, MacMillan, London, hst 2, blz. 6):

"What an extraordinary episode in the economic progress of man that age was which came to an end in August 1914!... The inhabitant of London could order by telephone, sipping his morning tea in bed, the various products of the whole earth, in such quantity as he might see fit, and reasonably expect their early delivery upon his doorstep .. most important of all, he regarded this state of affairs as normal, certain, and permanent, except in the direction of further improvement, and any deviation from it as aberrant, scandalous, and avoidable. The projects and politics of militarism and imperialism, of racial and cultural rivalries, of monopolies, restrictions, and exclusion, which were to play the serpent to this paradise, were little more than the amusements of his daily newspaper, and appeared to exercise almost no influence at all on the ordinary course of social and economic life, the internationalisation of which was nearly complete in practice."

⁴ O'Rourke, K.H. en J.G. Williamson (1999), *Globalization and History: the Evolution of a Nineteenth-Century Atlantic Economy*, MIT-Press, Cambridge, Mass., K.H. O'Rourke, en J.G. Williamson (2000), *When did Globalization begin?* NBER Working paper, No. 7632, Cambridge, Mass.; K.H. O'Rourke en J.G. Williamson (2001), *After Columbus: Explaining the Global Trade Boom 1500 – 1800*, NBER Working paper, No. 8186, Cambridge, Mass. Zie ook R. Findlay en K.H. O'Rourke (2003), *Commodity Market Integration, 1500-2000*, in M.D. Bordo, A.M. Taylor, en J.G. Williamson (eds.), *Globalization in Historical Perspective*, NBER-University of Chicago Press, Chicago.

⁵ Zie K.H. O'Rourke en J.G. Williamson (1999, op.cit., p.33).

⁶ De omvang en snelheid van Oceaan stomers nam enorm toe. Voor de 'Britannic' (een schip dat gebruik maakte van een combinatie van stoomkracht en zeilen) duurde in 1874 een Atlantische overtocht 8 dagen en 20 uur, met een capaciteit van 5000 ton; in 1907 duurde dezelfde overtocht voor de 'Mauretania' (alleen stoomkracht) 4 dagen en 10 uur, met een capaciteit van 31000 ton. Tussen 1850 en 1910 nam het spoornet in het VK toe van 6621 tot 23387 mijlen, in de VS van 9021 tot 249902 mijlen, en in Duitsland van 3637 tot 36152 mijlen (K.H.O'Rourke en J.G.Williamson, 1999, op.cit.).

⁷ League of Nations (1942, blz.101), *Commercial Policy in the Inter-war Period: International proposals and national policies*, League of Nations, Genève.

⁸ Voor een overzicht van de verschillen en overeenkomsten tussen beide golven, zie R.E Baldwin en P.Martin (1999), op.cit.

⁹ Bron: J.D.Sachs en A.Warner (1995), op.cit., blz.36.

¹⁰ J.D. Sachs, en A.Warner (1995), *Economic Reform and the Process of Global Integration*, Brookings Papers on Economic Activity, No.1, pp.1-95.

¹¹ Deze discussie lijkt ook een U-vormig verloop te hebben. In perioden waarin de handel sterk toeneemt laten anti-globalisten hun stem het duidelijkst horen: in de 19e eeuw gaf Karl Marx soortgelijke argumenten als Naomi Klein in de jaren negentig van de vorige eeuw, zie P.Segerstrom (2003), *Naomi Klein and the Anti-Globalization Movement*, CEPR Working Paper, No. 4141, London. En tegenwoordig kunnen wij in Nederland naar satiricus Arjen Lubach kijken die met een eenvoudige tekening van een chloorkip TTIP afbrandt.

¹² Zie D. Quah (2003), *One Third of the World's Growth and Inequality*, in: T.S. Eicher and S.J. Turnovsky (eds.), *Inequality and Growth*, CESifo Seminar Series, MIT Press, Cambridge, Mass.

¹³ Gebaseerd op Milanovic, B. (2012), *Global income Inequality by the Numbers: in History and Now*, World Bank, Policy Research Working Paper, No 6259. Zie A. Corlett (2016), *Examining an elephant: globalisation and the lower middle class of the rich world*, Resolution Foundation Report, voor een gedetailleerde analyse en kritiek.

¹⁴ Milanovic, B. (2012), *Global income Inequality by the Numbers: in History and Now*, World Bank, Policy Research Working Paper, No 6259.

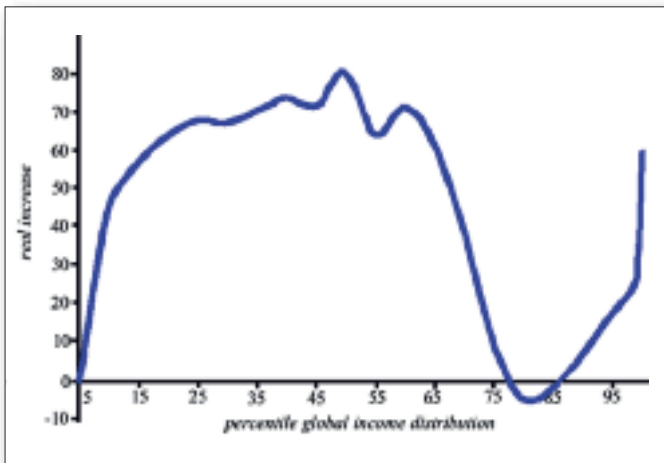
¹⁵ Zie, P.R.Krugman (2000), *Technology, trade and factor prices*, *Journal of International Economics*, Vol. 50, blz 51-71, en E.E.Leamer (2000), *What is the use of factor contents?* *Journal of International Economics*, Vol. 50, blz. 17-49.

¹⁶ De EU-15 plus Noorwegen; gebaseerd op data van Goos, M., A. Manning en A. Salomons (2014), "Explaining job polarization: routine-based technological change and offshoring," *American Economic Review* 104(8): 2509-26; zie ook: Brakman, S., H. Garretsen, G. Marlet (2015), *Het verdwijnende midden in Nederlandse Steden?; mogelijke gevolgen van Fragmentatie voor de Werkgelegenheid*, Preadviezen van de Koninklijke Vereniging voor de Staathuishoudkunde, Joh.Enschede, Amsterdam.

¹⁷ Autor, D.H., D.Dorn, G.H.Hanson (2016), *The China Shock: Learning from Labor-Market Adjustment to Large Changes in Trade*, *Annual Review of Economics*, Forthcoming.

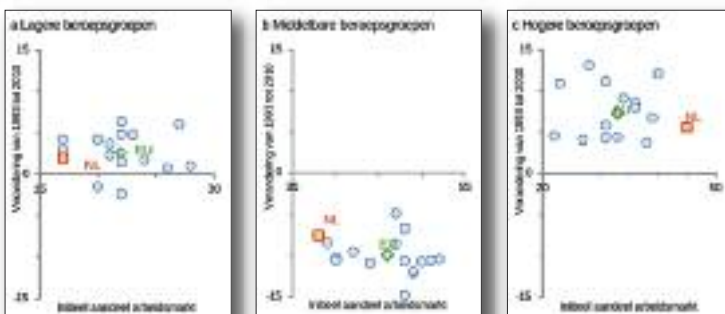
¹⁸ Een recente, bredere studie van P.D. Fajgelbaum en A.K. Khandelwal (2016), "Measuring the unequal gains from trade," *Quarterly Journal of Economics* 1113-1180, argumenteert dat handelswinst vooral ten goede komt aan de armere bevolking omdat die een groter deel van hun inkomen besteden aan verhandelbare goederen.

king is veranderd in de periode 1993-2010. Opvallend is dat vooral de middenklasse onder druk staat, maar dat laaggeschoolden én hooggeschoolden hun aandeel hebben zien toenemen. Ook hieruit blijkt dat de middengroep het moeilijk heeft op de arbeidsmarkt; het resultaat is arbeidsmarkt polarisatie.



Er zijn veel verklaringen aangedragen voor deze ontwikkelingen, waarbij twee oorzaken het vaakst worden genoemd: de ICT revolutie en globalisering. De techniek schrijdt voort en hierdoor verdwijnen er banen. Dit proces is niet nieuw en heeft zich altijd voorgedaan. Sommige banen verdwijnen door technische vooruitgang. In de 19e eeuw werd het paard vervangen door de stoomlocomotief. Tegenwoordig worden banen overbodig omdat de computer het sneller en beter kan. Daarnaast is globalisering belangrijk geworden. Voor de Verenigde Staten hebben Autor, Dorn en Hanson gekeken naar de effecten van de toegenomen concurrentie vanuit China op de Amerikaanse arbeidsmarkt.¹⁷ De conclusies die zij trekken zijn opmerkelijk:

Figuur 2 De olifantgrafiek; verandering reëel inkomen en globale inkomensverdeling, 1988-2008.¹³



Figuur 3 Arbeidsmarktontwikkelingen in 16 Europese landen¹⁶

- Handel heeft nog steeds voordelen. Arbeidsverdeling en een grote diversiteit aan goederen zijn gunstig voor consumenten. In dit opzicht is er niets nieuws onder de zon.
- Voor de VS als totaal heeft de extra concurrentie vanuit China een negatief effect gehad op die industrieën die rechtstreeks concurreren met

China. Op meer lokaal niveau is dit ook zichtbaar; lokale arbeidsmarkten (denk aan de voormalige auto-industrie gebieden) hebben hier het meeste last van.

- Voor economen wordt een belangrijke conclusie getrokken die men zich vaak onvoldoende realiseert, namelijk dat aanpassingen kostbaar zijn en lang kunnen duren. Traditioneel is de redenering van economen: uiteraard is er concurrentie en import gerelateerde industrieën hebben daar last van, maar deze nadelige effecten worden gecompenseerd door banengroei en de exportsectoren. Deze studie laat zien dat dit proces erg lang duurt en misschien zelfs op de langere termijn niet opgaat. En wie denkt hier niet aan de fameuze woorden van John Maynard Keynes?: “in the long run we are all dead.”

Studies als deze – zie ook de referenties in de studie van Autor et al. (2016) – temperen het geloof in de positieve effecten van globalisering; naast de positieve effecten van internationale arbeidsverdeling, kan men de ogen niet sluiten voor de ‘overgangsproblemen’, die lang kunnen duren.¹⁸

Conclusie

Veel economen denken dat globalisering gunstig is en de welvaart bevordert. Dit wordt door onderzoek ondersteund; internationale arbeidsverdeling maakt de wereld efficiënter en consumenten kunnen kiezen uit een grotere diversiteit van producten. De gunstige effecten zijn echter ongelijk verdeeld. Uit recent onderzoek is gebleken dat grote groepen mensen in ontwikkelingslanden hebben geprofiteerd, alsmede de aller-rijksten. De aller-armsten in Afrika en de middenklasse in de rijke landen hebben het moeilijker. Ook is er meer aandacht gekomen voor wat men vroeger makkelijk afdeed als ‘overgangs problemen’. De gedachte was dat meer import gecompenseerd kon worden door meer export. De recente ervaring met het opkomende China laat zien dat dit proces moeizaam verloopt; niet iedereen kan makkelijk van de weggeconcurrerde import industrie naar de groeiende export industrie verhuizen. Voor zover dit wel kan duurt het erg lang. Economen realiseren zich in toenemende mate dat de zogenaamde overgangsproblemen wel degelijk serieus genomen moeten worden.

Steven Brakman is hoogleraar internationale economie aan de Rijksuniversiteit Groningen. Charles van Marrewijk is hoogleraar internationale economie aan de Universiteit Utrecht.

Deglobalisering: een zekere trend?

Sinds begin 2015 vertoont de wereldhandel nauwelijks groei meer. IMF en OESO maken zich zorgen dat dit een structurele breuk kan opleveren.

U bent net als ik opgevoed in een wereld waarin de globalisering de norm was en steeds verder doorzette. Ik werd weliswaar in 1959 geboren in een wereld die nog sterk lokaal georiënteerd was: een wereld zonder televisie en internet, met Hollandse pot en in een blanke buurt, maar dat veranderde al snel. De globalisering is in de communicatie, consumptiepatronen en migratie sindsdien steeds aanwezig geweest. Eén van de uitingvormen van die globalisering is een steeds grotere openheid van de wereldeconomie en de voortdurende reële groei van de wereldhandel. Zelfs de grote handelscrisis van 2008/2009 toen het wereldhandelsvolume met bijna twintig procent is gekrompen, leek daaraan niets te veranderen: medio 2010 was dat volume weer hoger dan de vorige piek in 2008 (zie figuur 1).

Trade slowdown

Sinds begin 2015 maken economen van het IMF, de Wereldbank en de OESO zich echter zorgen om de wereldhandelsvertraging. In figuur 1 is vertraging al vanaf 2011 zichtbaar (de trend voor de handelsval in 2008 is steiler dan tussen 2010 en 2014). Sinds 2015 is de vertraging nog sterker (de trend is vrijwel horizontaal). Beleidmakers bij de internationale instellingen besteden aan deze “trade slowdown” vooral aandacht, omdat het uitzonderlijk is dat de wereldproductie sneller groeit dan de wereldhandel. In de naoorlogse periode is dat bijna altijd andersom geweest en was de wereldhandel de motor van de wereldeconomie. De verklaringen voor het fenomeen zijn divers: onshoring (het terughalen van eerder aan het buitenland uitbestede taken), een verminderde expansie van internationale waardeketens, en een grotere rol voor de binnenlandse vraag.

Protectionisme?

De vraag is hoe belangrijk de handelsvertraging is. In economisch opzicht lijkt de invloed op de wereldeconomie vooralsnog gering. Weliswaar wordt in recent onderzoek een statistisch significante invloed op de productiviteit gevonden doordat voordelen van internationale specialisatie worden gemist, maar dat effect is economisch gezien ontnuchterend klein (pas na twintig jaar beloopt het verschil 1 procent). Vanuit het perspectief van de politieke economie is deglobalisering echter een belangrijk verschijnsel: het schept een klimaat waarin beleidsmakers ten onrechte kunnen denken dat het bui-

tenland er minder toe doet. Dat kan de tendensen tot (economisch) nationalisme versterken en mogelijk zelfs de belangrijkste les van de Grote Depressie uit de jaren dertig naar de achtergrond verplaatsen, dat is: de rampzalige invloed van protectionisme

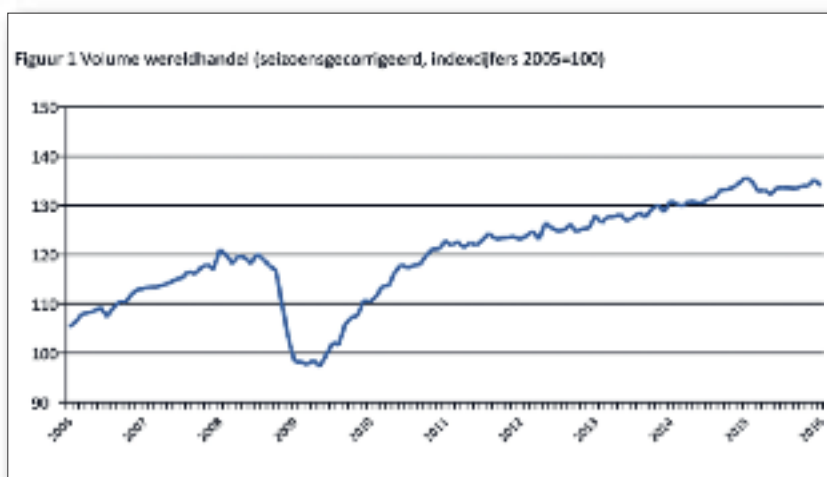
Peter van Bergeijk is hoogleraar Internationale Economische Betrekkingen en Macro-economie aan het International Institute of Social Studies van de Erasmus Universiteit Rotterdam



Peter van Bergeijk

Meer lezen?

Hoekman, B. 2015. The Global Trade Slowdown: A New Normal? VoxEU.org e-Book (gratis download). London: Centre for Economic Policy Research.



Deglobalisering: de handelsvertraging

Bron: CPB: <http://www.cpb.nl/en/world-trade-monitor>

De ontwikkeling van de wereldhandel is voor een kleine open economie als Nederland van groot belang. Het is dus begrijpelijk dat het CPB deze ontwikkeling nauw in de gaten houdt en dat het IMF en de OESO de wereldhandelsmonitor van het CPB veel gebruiken. De CPB cijfers worden maandelijks geactualiseerd en worden meestal opgepikt in de media – het is leerzaam om de krantenkoppen te zien: wereldhandel stijgt, wereldhandel daalt, maar de procentuele stijgingen zijn sinds het begin van de wereldhandelsvertraging miniem. Het is mogelijk zich in te schrijven op een nieuwsbrief en de meest recente gegevens kunnen dan in de klas worden besproken. De wereldhandelsmonitor geeft ook inzicht in ontwikkelingen voor grote economie en regio's, in de prijsontwikkelingen op de wereldmarkten en in industriële productie. Bespreking van de monitor is ook een mooi moment om (procentuele veranderingen van) indexcijfers te introduceren.

De globaliseringsparadox, waarom mondiale vrijhandel, de natiestaat en democratie niet samengaan, Dani Rodrik, ISBN 9789089649010, Amsterdam University Press(AUP), 2015, 375 pagina's.



Pleidooi voor 'slimme' globalisering

Een vrij verkeer van goederen, geld en mensen zou iedereen welvaart brengen, was de verwachting. Harvard-econoom Dani Rodrik beschrijft in dit boek de geschiedenis van deze globalisering. Van de zeventiende eeuw tot heden, met belangrijke mijlpalen als het akkoord van Bretton Woods en de Washington Consensus. Maximale globalisering is volgens Rodrik een utopie, ze verhoudt zich moeizaam tot nationale zelfbeschikking en democratie. Tevens geeft hij zijn opvattingen over een werkbare, 'slimme' globalisering.

Historisch overzicht

Na het mercantilisme, waarin particuliere bedrijven – geëgitimeerd door de Kroon - het monopolie op internationale handel hadden, begon in de 19e eeuw het eerste tijdperk van globalisering. Nieuwe technologieën op het gebied van logistiek en communicatie, het aanslaan van het gedachtegoed van Ricardo en Smith (economisch liberalisme), de gouden standaard en politiek/militaire machtsuitoefening door overheden (imperialisme) zorgden - via daling van transactiekosten en handelsvriendelijke regels – voor een enorme groei van de internationale handel en kapitaalmobiliteit. Vanaf 1914 volgde een periode met instabiliteit, hyperinflatie en economische crisis. Meer politieke rechten en de crisis leidden tot een roep om meer overheid en protectionisme. Nationale politieke druk maakte zo een einde aan deze eerste globaliseringsgolf.

Na WO II begon met het Bretton Woods-regime de volgende globaliseringsperiode. Een stelsel met vaste wisselkoersen (ten opzichte van de dollar), kapitaalbeheersing en multilateralisme (met internationale instellingen als IMF, Wereldbank en GATT) als centrale elementen. Een light-versie van globalisering met ruimte, armslag voor nationale overheden om monetair en fiscaal beleid te voeren. Drie decennia hield Bretton Woods stand. De keuze van de VS om de inwisselbaarheid van de dollar in goud op te schorten in plaats van binnenlands de broekriem aan te halen was daar mede debet aan.

Oliecrises en stagnatie deden de aandacht verschuiven naar de aanbodkant van de economie. Een periode van financiële globalisering met tweede valuta en vrije kapitaalmarkten brak aan. Het neo-liberalisme vierde hoogtij. Samen bepaalden zij o.a. de groei- en ontwikkelingsstrategie van Latijns-Amerika in de jaren 80 en 90, die bekend is

geworden als de zogeheten 'Washington Consensus'. Openstelling voor buitenlandse handel en investeringen, en een lange lijst met hervormingen als deregulering, privatisering en fiscale discipline. Hyperglobalisering werd als wondermiddel gezien, met nauwelijks ruimte voor eigen binnenlands beleid. Maar los van de 'one size fits all-benadering' en ideologische kritiek vielen de economische resultaten tegen. Rodrik maakt met voorbeelden van verschillende landen duidelijk dat beperkte globalisering (zelfs afscherming), kapitaalbeheersing en voldoende armslag voor binnenlands beleid (al dan niet met een grote overheid) meer economische groei oplevert dan hyperglobalisering. Bijvoorbeeld Japan, China en Aziatische tijgers.

Paradox

Tegen deze historische achtergrond schetst Rodrik de globaliseringsparadox, hij noemt het zelfs 'het politieke trilemma van de wereldeconomie': "het feit dat de economische globalisering, politieke democratie en de natiestaat niet met elkaar te verzoenen zijn. Twee van deze drie elementen is het hoogst haalbare. Democratie valt alleen te verenigen met nationale soevereiniteit als we globalisering inperken. Als we mikken op globalisering en ook de natiestaat willen behouden, moeten we de democratie laten varen. En als we democratie plus globalisering willen, moeten we de natiestaat opdoeken, en streven naar meer internationaal bestuur."

Perspectief

Twee uitgangspunten zijn voor Rodrik fundamenteel. Ten eerste vullen markten en overheden elkaar aan; markten hebben overheidsinstituties van bestuur en regelgeving nodig om goed te kunnen functioneren. Daarnaast is er meer dan één model voor kapitalisme. Op grond van bovengenoemd trilemma verkiest hij democratie en nationale zelfbeschikking boven hyperglobalisering en formuleert zeven grondbeginselen voor een nieuw soort globalisering:

- Markten moeten diep zijn ingebed in bestuurs-systemen.
- Democratisch bestuur en politieke gemeenschappen zijn grotendeels georganiseerd binnen natiestaten, en dat zal in de nabije toekomst denkkelijk zo blijven.
- Er zijn meerdere wegen die naar welvaart leiden.
- Landen hebben het recht om hun eigen sociale arrangementen, regelgeving en instituties te beschermen. Nationale overheden moeten ruimte, armslag hebben voor het voeren van eigen beleid.
- Landen hebben niet het recht om anderen hun instituties op te dringen.
- Internationale economische regelingen vormen een soort verkeersregels voor de interface tussen nationale instituties. Ruimte voor diversiteit.
- Niet-democratische landen kunnen in de interna-

tionale economische orde niet rekenen op de zelfde rechten en privileges als democratieën.

Beoordeling

De globaliseringsparadox is een boek dat in het licht van de discussie over Brexit en handelsverdragen (zoals TTIP), en ook voor de discussie over de toekomst van de Europese Unie uiterst actueel is. Tevens biedt het een analytisch kader voor het begrijpen van (economische) integratie en globalisering.

Zo wijt Rodrik bijvoorbeeld de economische en politieke problemen van 'Europa' na de crisis van

2008 "aan het feit dat monetaire en financiële integratie veel verder zijn gevorderd dan de politieke en institutionele fundamenteën." Europese leiders weigeren te kiezen tussen méér politieke integratie dan wel minder economische integratie.

De globaliseringsparadox is de vertaling van The Globalization Paradox: Democracy and the Future of the World Economy, W.W. Norton & Company, 2011. Voorzien van een geactualiseerd voorwoord.

Jos de Graaf



Dani Rodrik

Profiel

De Grote Transitie

De Grote Transitie is een initiatief van het Platform Duurzaam en Solidaire Economie www.platformdse.org, dat zich inzet voor een rechtvaardige en dienstbare economie die in balans is met het natuurlijk vermogen van de aarde. Een project - gestart in juni 2015 - met tien thema's vertaald in de volgende tien speerpunten.



Speerpunten

- Beperk verschillen in koopkracht en vermogen. **Ongelijkheid** is slecht voor onze democratie, economie en het milieu.
- Zet in op een **24-urige werkweek** en onderzoek de mogelijkheden van een basisinkomen.
- Investeer als overheid de komende vijftien jaar op grote schaal in **circulaire, regionale economie**.
- Verschuif de belasting op arbeid naar belasting op schaarse hulpbronnen en schadelijke emissies. Naar een **groen belastingstelsel**.
- Gebruik een dashboard met indicatoren die onze **welvaart goed meten** en stop met de eenzijdige focus op groei van het BBP.

- Investeer nu in de noodzakelijke **energietransitie** en schakel binnen 20 jaar over naar 100% hernieuwbare energie.
- **Stop de omgekeerde ontwikkelingshulp** en sluit belastingparadijs Nederland.
- Plaats geldcreatie onder publiek bestuur en breng het schuld- en rentevrij in omloop. **Publiek, rentevrij geld**.
- Formuleer eisen voor een duurzaam, solidair en democratisch Europa. Schep zo draagvlak voor verdergaande samenwerking. **Solidair in Europa**.
- **Vernieuw het economieonderwijs**, breng de echte wereld terug in de modellen, theorieën en klaslokalen.

Op de website www.degrotetransitie.nl vind je 'achter' de speerpunten – klik op de afbeelding – een uitgebreide toelichting plus filmpje met de 'ambassadeur', die de discussie aanzwengelt. De ambassadeurs zijn veelal wetenschappers en opinieleiders. Vanaf juni 2015 worden regelmatig debatten georganiseerd in het land en verschijnen opinieartikelen in de landelijke dagbladen of op websites en discussiefora.

MVO Nederland, kennis- en netwerkorganisatie voor "toekomstbestendig ondernemen"

MVO Nederland is in 2004 opgericht door het ministerie van Economische Zaken, naar aanleiding van het SER-rapport "Winst van waarden". Van een volledig door de overheid gefinancierde organisatie is MVO Nederland in de loop der jaren zelfstandig geworden.



De organisatie is het startpunt voor ondernemers die hun bedrijfsvoering willen verduurzamen. Een platform en bedrijsvenetwerk – van beginners, geïnteresseerden tot koplopers; zowel MKB als grootbedrijf – dat praktische tips geeft, goede voorbeelden laat zien om met 'People, Planet, Profit' aan de slag te gaan. Inmiddels worden meer dan 100.000 ondernemers bereikt.

Ambitie 2020

Nederland als wereldvoorbeeld van een circulaire en inclusieve economie. Dat is de ambitie van MVO Nederland (Ambitie2020). Dat wil de organisatie de komende drie jaar bereiken door in te zetten op vier speerpunten: klimaatneutraal ondernemen, circulair ondernemen, inclusief onder-

nemen (het personeelsbestand van het bedrijf als afspiegeling van de samenleving waarbij ieder talent – met en zonder beperking – naar vermogen meedoet), en inclusieve en duurzame handelsketens, waarin de OESO-richtlijnen en VN richtlijnen voor mensenrechten volledig worden nageleefd.

Hoe?

MVO Nederland helpt via programma's en projecten zowel individuele bedrijven (partners) verder als sectoren en ketens op een structureel hoger plan (transitieaanpak) te brengen. Inspireren, verbinden en versnellen met daarbij primaire aandacht voor bedrijven met MVO-ambitie: koplopers, vroege volgers en de voorhoede van het peloton. Voor het meenemen van de rest van het peloton wordt samenwerking gezocht met VNO-NCW/MKB-Nederland, brancheorganisaties, de MKB-Servicedesk en de Kamer van Koophandel.

Meer informatie vind je op: www.mvonederland.nl

Handboek betekenisvol ondernemen, Kees Klomp, Stefan Wobben en Jesse Kleijer, ISBN 9789047009177, Business Contact, 2016, 240 pagina's.

Theorie- en doe-boek voor de betekenisvolle ondernemer

Na 2020 is "betekenis" de nieuwe aanjager van economische ontwikkeling, de nieuwe norm in het bedrijfsleven. Dat stelt Aaron Hurst in *The Purpose Economy* (2014) op grond van onderzoek van PwC onder CEO's. Betekenisvol ondernemen is een manier van ondernemen die een concrete, constructieve bijdrage levert aan het oplossen van maatschappelijke problemen. Als bedrijf het verschil maken, "voor het leven van klanten, personeel en andere betrokkenen – kortom, voor de maatschappij in brede zin." Klomp, Wobben en Kleijer proberen met hun boek deze nieuwe trend te duiden en een handleiding te geven voor betekenisvolle ondernemers-in-spé.

Geluk

Grofweg bestaat het boek uit twee delen: een theoriegedeelte en een praktijkgedeelte. Het eerste deel – de eerste vijf hoofdstukken – geeft een uitgebreide blik op de achtergronden van de betekenis-economie en betekenisvol ondernemen. Betekenis-economie is volgens Hurst de vierde economische evolutie (na de agrarische -, industriële – en kennis-economie) waarin mensen – in 't penthouse van Maslov's piramide - op zoek gaan naar doel, zingeving en zelfrealisatie.

Waar komt die behoefte aan 'betekenis vinden, het verschil willen maken en goed doen' vandaan? Door schade en schande (o.a. de crisis van 2008) is men wijs, wijzer geworden. De geld-is-geluk bubbel is uiteengespat. Het gaat niet langer om plezier, genot, maatschappelijke status of een positieve flow, maar om de kwaliteit van het leven. Om purpose en perspectief, om een zinvol en volledig leven. Tevens is de 'creatieve mens' van nu – door het verdwijnen van het houvast van familie, tradities, regels en zuilen – volledig op zichzelf aangewezen om zijn leven zin en richting te geven (de zogeheten communicatieve zelfsturing).

Betekenisgeving

Hoe gaat die betekenisgeving in z'n werk? Als een psychologisch proces in het brein, dat verschillende fasen doorloopt: van gebeurtenis en gewaarwording, via gedachten, gevoelens (als referentiekader) naar gevolgtrekking en gedrag. Een belevenis wordt van betekenis wanneer 't ons leven blijvend verandert. Bedrijven moeten in de betekenis-economie het leven van mensen veranderen; gebeurtenissen, omstandigheden creëren die een tastbaar en constructief verschil maken. Wijsheid – "het vermogen om te weten wat jij en de ander nodig hebben om

voortgang te boeken" – is daarbij van groot belang voor succes.

Na een intermezzo over o.a. Bruto Nationaal Geluk, Anielki's Economics of Happiness, conscious capitalism, het belang van een holistische benadering en de noodzaak het systeem van binnenuit te veranderen en te verbeteren volgen hoofdstukken over betekenisvol ondernemen, nieuwe groepen consumenten en nieuwe markten.

MVO-piramide

Betekenisvolle bedrijven gebruiken hun commerciële belang om maatschappelijke doelen (voortgang, verbetering) te realiseren. De auteurs onderscheiden vier gradaties van maatschappelijk ondernemerschap (MVO). Onderaan in de MVO-piramide gaat het om maatschappelijk vruchtbare bedrijfsactiviteiten. Denk daarbij aan het steunen van of aandacht geven aan goede doelen, los van de core business van het bedrijf. Een trede hoger in de piramide staat maatschappelijk verantwoord ondernemen (corporate social responsibility). Verantwoord gedrag is integraal onderdeel van de bedrijfsvoering. Denk hierbij aan bedrijven als Unilever (Sustainable Living Plan) en Gulpener. De derde gradatie is maatschappelijk verbonden ondernemen, creating shared value (de term is van Michael Porter). Niet langer is winst de doelstelling, maar de creatie van gedeelde waarde. Het maatschappelijke doel geeft bestaansrecht aan het bedrijf. Maatschappelijk verbeterend ondernemen tenslotte staat boven in de MVO-piramide. Bij deze bedrijven – sociaal ondernemers – draait het om het maximaliseren van maatschappelijke winst. Het maatschappelijke overstemt het zakelijke. Alhoewel elke inspanning van bedrijven om hoger op de piramide te komen van groot belang is, worden alleen maatschappelijk verbonden en maatschappelijk verbeterend ondernemen tot betekenisvol ondernemen gerekend.

Nieuwe consumenten en markten

Nieuwe groepen consumenten, zoals millennials, aspirationals en LOHAS (gebaseerd op verschillende indelingen, kenmerken), zetten aan tot allerlei initiatieven en veranderend consumentengedrag. Millennials, geboren tussen 1980 en 2000, merken persoonlijk de gevolgen van de recessie, hebben affiniteit met technologie, vinden 'toegang hebben tot' belangrijker dan bezit en hechten aan zingeving, delen, verbinden en samenwerken. Aspirationals willen nieuwe dingen uitproberen, zich identificeren met hun aankoop, hechten aan authenticiteit en zijn bereid minder te consumeren en een hogere prijs te betalen voor een product dat sociaal of ecologisch verantwoord geproduceerd is. De derde belangrijkste groep consumenten is de LOHAS (Lifestyles Of Health And Sustainability). LOHAS-consumenten zijn early-adopters, niet erg prijsgevoelig, en spelen een leidende rol als ze worden



...en (naar de toekomst toe) worden (naar) vragen gesteld over een (duidelijk) enschema, waarin de 'valkuil van de' ale zekerheid' werd weergegeven. t een negatief verband tussen loon- ten en werkgelegenheid zijn de

...nag en (naar de toekomst toe) (valen) vogen, in (naar de toekomst toe) nbenwerd. Ik verban me erfor over een vakbondseconomie die (rijkend naar deze samenhangen) een negatief direct verband tussen werkgelegenheid en looneisen legt. Als ik de kranten goed gelezen heb wordt, terwille van

...want die verspreiden (naar de toekomst toe) zeker die definitie van begrip (of de (honden?) namelijk M1, de (gevaarlijke definitie), M2 (het gekke/vervals- begrip van DNB van voor het eurotijd- perk) en M3, dat overeenkomt met het gegeven begrip liquiditeitsmassa.



Aaron Hurst

aangesproken op hun verantwoordelijkheid voor milieu, maatschappij of betekenisvol handelen.

Bovengenoemde ontwikkelingen leiden tot het ontstaan van nieuwe markten, die volgens Willem Vermeend (De Wij-economie) aansluiten bij de zesde Kondratieff-golf. Technologische innovaties en investeringen gericht op vergroening van de economie. De auteurs noemen in dat verband zeven betekenisvolle markten: recycling, upcycling, voedselproductie (biologisch, vegetarisch, veganistisch), (voorkomen van) voedselverspilling, biomimicry, duurzame energie en impact investing. Ze signaleren ook een nieuwe trend: purpose-merken (bijvoorbeeld Tesla) als de nieuwe A-merken.

Constructive Commerce

Ondernemen in de betekenis-economie werkt met andere, nieuwe principes. De auteurs noemen dat C Commerce (Constructive Commerce) en noemen daarvan drie unieke aspecten: thick value als vorm van waardecreatie, de B Corps als nieuwe rechtsvorm (of keurmerk) en welzijnsverbetering. Van thick value is – volgens econoom Umair Haque – sprake als de waarde van een product betekenisvol (aanwijsbaar duurzame voordelen heeft) is in een menselijke context. B Corps (Benefit Corpora-

tions) zijn bedrijven die voldoen aan de hoogste standaard op sociaal en ecologisch gebied, transparantie en aansprakelijkheid en streven de markt te gebruiken voor de oplossing van maatschappelijke problemen. Daarnaast proberen betekenisvolle ondernemers op allerlei manieren de levenskwaliteit van mensen positief te beïnvloeden via hun bedrijven.

Het tweede deel van het boek – Aan de slag – bevat een concrete en praktisch handleiding voor het bouwen van een betekenisvol bedrijf. Dit gebeurt via het doorlopen van het zogeheten C Commerce Proces. Een gestructureerde aanpak met vijf belangrijke stappen of elementen: mens (ondernemer) – management (bedrijfsvoering; binnenwereld van het bedrijf) – merk – marketing (expliciet ingezet voor het verbeteren van de wereld) en maatschappij (hoe maken en meten we maatschappelijke vooruitgang). Het hele proces mondt uit in een canvas, een handzaam overzicht van alle bouwstenen en bedrijfsactiviteiten. (Een open sheet en een ingevuld 'cheat sheet' zijn in het boek opgenomen.) De aanpak lijkt bekend voor degenen die wel eens een ondernemingsplan hebben opgesteld, maar het C Commerce Proces kent een eigen jargon, idioom en soms andere invulling om het betekenisvolle 'handen en voeten' te geven.

Beoordeling

Het handboek is goed leesbaar en toegankelijk. Twee minpunten zijn toch het vermelden waard. Een bibliografie met bronnen en literatuur ontbreekt helaas, en de auteurs bewandelen soms zijpaden (vooral in het eerste deel), dat ten koste gaat van het overzicht. Desondanks is het boek inspirerend geschreven, een eyeopener met een "schat aan informatie voor de (beginnende) ondernemer met het hart op de juiste plaats." (om wereldreiziger Floortje Dessing in het voorwoord te citeren).

Hans Semeijn

Kijktip: VPRO Tegenlicht aflevering Rendement van geluk :
<http://www.tegenlicht.vpro.nl/afleveringen/2015-2016/rendement-van-geluk.html>

Oproep handreiking BE

In het kader van de vernieuwing van het programma Bedrijfseconomie (voorheen M&O) wordt vanuit de SLO - in samenwerking met een groep docenten - aan een digitale handreiking geschreven. Eind november kunnen ook andere docenten hier inzage in hebben en feedback geven. Heb je hier interesse in en daar mogelijk ook tijd voor? Mail dan m.denelzen@slo.nl

Nieuwe website ondernemen

Interesse in ondernemerschap en innovatie? Dan moet je beslist eens kijken op de onlangs gelanceerde site www.esbondernemen.nl Voor een uitgebreid dossier met recente wetenschappelijke inzichten, beleidsstukken, praktijkinzichten, aansprekende voorbeelden, statistieken en een activiteitenagenda.

Het Groene Brein

Het Groene Brein is een netwerk van wetenschappers van alle universiteiten en 16 hogescholen, afkomstig uit verschillende disciplines zoals economie, biologie, sociologie en techniek. Ze werken aan een nieuwe economie, en aan het realiseren van een positieve impact op sociale, ecologische en financiële kapitalen.



Met een netwerk van 110 wetenschappers ondersteunt Het Groene Brein ondernemers die stappen willen zetten richting deze nieuwe economie. Enerzijds worden ondernemingen individueel ondersteund door antwoorden te zoeken op vragen op sectorniveau. Anderzijds wordt gewerkt aan de nieuwe economie door toepasbare kennis te genereren, toekomstbestendig onderwijs te realiseren en systemen na te streven die leiden tot een duurzaam economisch systeem.

Onderwijs

Voor het onderwijs heeft Het Groene Brein samen met mensen uit het onderwijsveld zelf een aantal programma's ontwikkeld:

- Roots!, een netwerk in het MBO van én door do-

centen, bestuurders, studenten en ...die samen het middelbaar beroepsonderwijs (MBO) willen verduurzamen.

- Community of Practice van finance- en accountancy-opleidingen. Een community vanuit bedrijven en opleidingsmanagers in HBO en WO vanuit de opleidingen Accountancy en Finance, gericht op het integreren van integraal thinking en reporting in deze opleidingen.
- Toekomstbestendig.nl. Samen met De Groene Generatie een systeem op internet opzetten, waarin voor alle scholen in Nederland wordt aangegeven wat ze aan duurzaamheid doen.

Aansluiten, meedoen? Specifieke activiteiten in het voortgezet onderwijs opzetten? Neem dan contact op met Antoine Heideveld, directeur Het Groene Brein, 06-46444500. Bezoek de website: www.hetgroenebrein.nl Of bekijk de volgende 2-minuten-durende video over Het Groene Brein:

<https://www.youtube.com/watch?v=JMwmcB-3VG4>

De Groene Zaak: ondernemers voor een duurzame economie

Deze ondernemersvereniging, opgericht in 2010 en met inmiddels meer dan 200 leden, wil impactvol zijn in het versnellen van de verduurzaming van de economie. De activiteiten van De Groene Zaak liggen op een drietal terreinen: lobbyen richting politiek en beleidsmakers, partneractiviteiten gericht op duurzame meervoudige waardecreatie (sociaal, ecologisch, financieel) en inhoudelijke wetenschappelijke voeding (door samenwerking met Het Groene Brein en kennisinstituten).



De partners van De Groene Zaak – zowel MKB als grote ondernemingen uit vele sectoren – onderschrijven de volgende business principes en gebruiken die als basis voor hun eigen governance:

- Stel waarde op de lange termijn vóór winstmaximalisatie op korte termijn.
- Draag zelf bij aan de transitie naar een nieuwe economie en laat dit ook zien.
- Focus op radicale innovatie van ondernemersprincipes, business modellen en relatie met leveranciers en afnemers.
- Onderneem circulair en sluit kringlopen bij productie- en distributieprocessen die veel grond-



stoffen verbruiken, afval nalaten en fossiele energie behoeven.

- Onderneem over de sectorgrenzen heen.
- Neem verantwoordelijkheid buiten de grenzen van je eigen ondernemerschap.
- Bouw aan duurzaam leiderschap.

Meer informatie vind je op www.degroenezaak.com

Marketing in het tijdperk van de betekeniseconomie*

In het jaar 2012 kwam Triodos Bank met de campagne *Klein. Het nieuwe groot. Het bijbehorende televisiefilmpje begint als volgt: "We leven in een geweldige tijd. Dat hoor je niet vaak, op het nieuws, of in de krant. Daarom zeg ik het nog maar een keer. We leven in een geweldige tijd"*. De optimistische boodschap van Triodos van toen was op zijn minst opmerkelijk te noemen gezien de toestand in de wereld. Nu, 4 jaar later, lijkt deze boodschap helemaal krankjorum, toch? Kijk om je heen. Volg het nieuws. De wereld staat in brand, angst regeert en oplossingen lijken ver weg.



Kaj Morel

Hoe gek het ook klinkt, er is daadwerkelijk reden voor optimisme. We zijn namelijk bezig om onze opvattingen over economie en samenleving en over de rol en verantwoordelijkheid van bedrijven en organisaties daarbinnen bij te stellen¹. Economische voorspoed is niet langer zaligmakend en het belangrijkste om na te streven. En bedrijven bestaan niet (langer) om zoveel mogelijk winst te maken voor zichzelf, maar om zoveel mogelijk bij te dragen aan een leefbare en duurzame wereld. Ze moeten het niet zozeer goed doen, ze dienen vooral goed te doen. Dit zijn opvattingen die ik meer en meer mensen hoor uitdragen en die, daarvan ben ik overtuigd, de sleutel vormen tot een duurzaam leefbare samenleving. Omdat een betere wereld begint bij betere economisch-maatschappelijke uitgangspunten.

De roep om een 'nieuwe economie' is niet nieuw, zulke geluiden horen we al lange tijd. Wat wel nieuw is, is dat we het cynisme voorbij zijn. We beginnen nu werkelijk te geloven dat het anders kan en we laten dat ook zien. We doen het anders². Overall bouwen mensen aan een samenleving die gebaseerd is op andere uitgangspunten dan die ons met de paplepel van de vrijmarkteconomie zijn ingegoten, omdat ze tot de conclusie komen dat deze uitgangspunten hun houdbaarheidsdatum hebben overschreden. Ik noem deze samenleving de betekenismaatschappij en het onderliggende economische model de betekeniseconomie. Dit is een economie met 'betekenis' als koopwaar en als drijvende kracht achter het handelen van bedrijven. Een economie waarin bedrijven streven naar betekenismaximalisatie in plaats van winstmaximalisatie, omdat zij begrijpen dat het streven naar winst niet betekenisvol is, maar het streven naar betekenis wél winstgevend. De belangrijkste vraag voor bedrijven in de betekeniseconomie is: 'Hoe kan ik meer betekenen in het leven van mijn klanten, mijn collega's en de maatschappij?'

Vergis je niet in de enorme verandering in denken en doen die de opkomst van de betekeniseconomie met zich meebrengt. De betekeniseconomie

vormt de economische ziel van een samenleving, die gebaseerd is op onderling vertrouwen, gemeenschappelijkheid en gunnen. Een samenleving waarin het hebben van een geweten weer meetelt en niet afgedaan wordt als halfzachte lariekoek voor naïevelingen. Een samenleving waarin mensen het niet in de eerste plaats goed willen hebben voor zichzelf, maar voor de mensen om hen heen. Een samenleving waarin geld belangrijk is, maar niet een allesoverheersend doel op zich.

En een samenleving, tot slot, waarin bedrijven uit overtuiging hun eigen lot verbinden aan het lot van de samenleving waarvan zij deel uitmaken. Elk bedrijf is een maatschappelijke onderneming, per definitie. Hoe zou de wereld eruitzien als zij zich zo zouden gedragen?

Identiteitsmarketing

Voor bedrijven die de handschoen van de betekeniseconomie willen oppakken is identiteitsmarketing ontwikkeld³. Het centrale uitgangspunt van dit alternatieve marketingparadigma is dat elke organisatie bestaat bij gratie van haar betekenis voor de maatschappij. Daarom dienen bedrijven hun betekenis voor anderen helder voor ogen te hebben en als leidraad te nemen voor alles wat ze doen. Klinkt vanzelfsprekend, nietwaar? Toch werken de meeste bedrijven op dit moment (nog) niet zo. Hoeveel bedrijven ken je niet die hun eigen bestaan belangrijker blijken te vinden dan het belang van de mensen die hun bestaan in de eerste plaats mogelijk maken? We werken dit zelf in de hand door de manier waarop we in de huidige pre-betekeniseconomie naar bedrijven kijken. We beschouwen bedrijven overwegend als plekken waar geld verdiend moet worden en die banen moeten leveren. Zonder bedrijven geen werk, geen economisch verkeer en dus geen welvaartsstaat. We hebben de mond vol van klanttevredenheid, maar in de praktijk is klanttevredenheid slechts een randvoorwaarde voor werk en winst. De betekenis die bedrijven hebben voor de levens van hun klanten lijkt nauwelijks zichtbaar voor de bedrijven zelf, laat staan dat erop gestuurd wordt. Resultaat: binnen bedrijven gaat het alleen nog maar over targets en het behouden van je baan of hogerop komen. De klant is een lastige bijkomstigheid geworden. Je betekenis voor de maatschappij een irrelevant neveneffect.

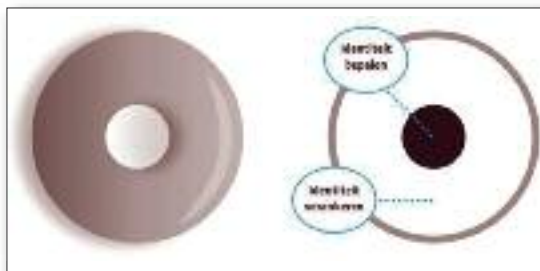
Identiteitsmarketing loont in alle opzichten

Hoe anders is dit voor bedrijven die identiteitsmarketing hanteren. Zij richten zich juist primair op hun betekenis voor de maatschappij. Dit betekenisbewustzijn vormt het puntje van de piramide van orga-

Figuur 1 | De piramide van organisatiebewustzijn



Figuur 2 | De marketing-donut



nisatiebewustzijn (figuur 1)^v. Aan de top draait alles om betekenis. Marketing is niet geïnteresseerd in de top vanuit de overtuiging dat je van betekenis niet kunt leven. Daar valt geen droog brood mee te verdienen. Identiteitsmarketing stelt het tegenovergestelde: zonder betekenis geen bestaansrecht. Voor een goed belegde boterham, moet je weten wat jij wilt betekenen voor anderen. Identiteitsmarketing draait de piramide dus om en begint bij de top die marketing negeert.

Het is een hardnekkig misverstand dat aandacht voor betekenis niet loont en alleen maar geld kost. Het tegenovergestelde is waar: bedrijven die werken vanuit betekenis (purpose in het Engels) zijn vele malen beter af in alle opzichten en zeker ook financieel. Naast positieve effecten op de organisatie (meer stabiliteit en rust, meer autonomie en zelfsturing, minder bureaucratie, hiërarchie en management, lagere interne kosten), medewerkers (hogere loyaliteit, productiviteit, flexibiliteit en innovatiekracht, minder conflicten en verzuim, hogere kwaliteit van diensten en producten), klanten (hogere klantentrouw, groter marktaandeel, hogere verkopen), leveranciers (betere relaties), en maatschappij (positieve reputatie, meer goodwill) levert betekenis ook substantieel financieel rendement op, tot wel het drievoudige. Het bewijs hiervoor is inmiddels ruim voorhanden^{vi}, maar vindt maar mondjesmaat zijn weg binnen onze samenleving. Dat is niet alleen jammer maar eerlijk gezegd ook nogal dom. Het blijkt namelijk heel goed mogelijk om geld te verdienen en -of eigenlijk door- goed te doen in plaats van geld te verdienen en schade te berokken, zoals nu nog veelal gebeurt. Identiteitsmarketing kent enkel winnaars.

De marketingdonut

De gangbare invulling van marketing heeft veel weg van een donut. Bedrijven zijn zo bezig met het creëren van een mooie buitenkant (hun imago), dat ze vergeten stil te staan bij hun binnenkant (hun identiteit). En dat is opmerkelijk. Want hoe weet je hoe je er van buiten uit wilt zien, als je niet weet wie je

van binnen bent? Voor alle duidelijkheid: identiteitsmarketing vindt de buitenkant ontzettend belangrijk, maar begint altijd bij de binnenkant, bij het 'gat in de donut'. Bepaal eerst je identiteit en vertaal deze vervolgens in elke vezel van je bedrijf, zodat buitenkant en binnenkant met elkaar overeenstemmen, elkaar versterken. De eerste stap in dit proces noem ik identiteitsbepaling, de tweede identiteitsverankering (figuur 2). Succesvolle identiteitsmarketing vereist beide stappen. Alleen dan leiden de inspanningen tot het beoogde resultaat, namelijk bedrijfsvoering op basis van identiteit en betekenis.

Identiteitsmarketing stelt dus dat marketing altijd start met het kennen van je identiteit. Anders gezegd: je moet weten waarom je bestaat. Dit vereist identiteitsonderzoek onder alle interne en externe stakeholders (belanghebbenden), dat erop gericht is antwoord te geven op de volgende vraag: "Voor wie willen wij er zijn en hoe kunnen we maximaal betekenisvol voor hen zijn?". Nu opereren bedrijven vaak nog tegenovergesteld. Ze starten met marktonderzoek om te achterhalen wat klanten belangrijk vinden en welke behoeften ze hebben. Vervolgens proberen ze zo goed mogelijk de behoeften van klanten te vervullen. Gevraagd naar het waarom van hun activiteiten, geven bedrijven aan dat "de markt hierom vraagt" of dat "de klant dit wil". De vraag of dit ook is wat zij zelf werkelijk willen, wordt niet gesteld. Kortom: het waarom van de klant krijgt alle aandacht en het waarom van het bedrijf zelf blijft buiten beschouwing. De verbinding die op deze wijze ontstaat is oppervlakkig en kwetsbaar, omdat zij niet is gebaseerd op het unieke, niet te kopiëren waarom (identiteit) van het bedrijf, maar op het veel minder unieke, namaakgevoelige wat (en in mindere mate hoe) van het bedrijf.

Identiteitsbewijs en Vliegwiel van Identiteit®

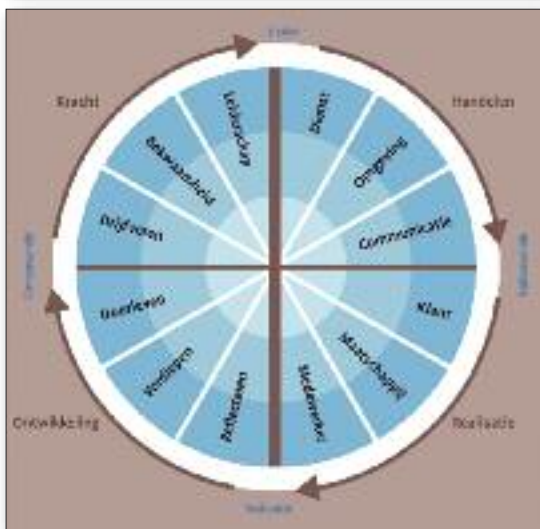
Identiteitsmarketing heeft zich de afgelopen tien jaar ontwikkeld tot een zelfstandig vakgebied met eigen modellen en praktische hulpmiddelen. Voor identiteitsbepaling is het identiteitsbewijs het belangrijkste model en hulpmiddel (figuur 3). Voor identiteitsverankering is dat het Vliegwiel van Identiteit® (figuur 4). Het identiteitsbewijs beschrijft de organisatie-identiteit aan de hand van zes elementen: ideologie, visie, missie & merkelofte, unieke kracht, kernwaarden en ambities^{vii}. Na vaststelling vormt het identiteitsbewijs het strategische fundament van de organisatie en de belangrijkste toetssteen voor beleid. Het identiteitsbewijs vormt ook het hart van het Vliegwiel van Identiteit® dat speciaal ontwikkeld is om organisaties houvast te geven bij het tot uitdrukking te brengen van hun identiteit in elk onderdeel van de organisatie. Een uitgebreide toelichting op dit model is te vinden op het internet^{viii}.



Figuur 3 | Identiteitsbepaling aan de hand van het identiteitsbewijs

woorden, ik weet het, maar het is dan ook een principiële punt. Zeker omdat we er onze jeugd mee belasten.

Ook praktisch gezien ervaar ik een noodzaak om een alternatieve marketingbenadering te ontwikkelen: marketing zoals we dat kennen voldoet niet meer. Het past niet meer bij de samenleving zoals deze zich momenteel ontwikkelt. En in veel gevallen werkt marketing ook niet meer. Zowel ondernemers, burgers als studenten ervaren dit. We willen op een andere manier zaken doen, we kijken anders naar de rol van bedrijven en we hechten grote waarde aan authenticiteit en oprechtheid. De intentie van waaruit bedrijven opereren doet ertoe. Identiteitsmarketing is mede ontstaan vanuit de vraag van bedrijven die behoefte hadden aan integere marketing die aandacht heeft voor de complete mens, zoals Kotler dat noemt, met een hart, een hoofd en een ziel. De opkomst van de betekenis-economie vraagt om een invulling van marketing die daarbij aansluit. Identiteitsmarketing doet dat en verdient daarom een serieuze plek in ons economie-onderwijs. Niet als de 'nieuwe ware leer' uiteraard, maar als een alternatief dat onze jeugd in staat stelt een rijker en minder eenzijdig beeld van economie en marketing te ontwikkelen dan in mijn ogen op dit moment het geval is. Daarmee zullen zij in staat zijn op een passende manier vorm te geven aan bedrijven en bedrijvigheid in de samenleving van morgen. Als dat lukt, is er werkelijk reden voor optimisme.



Figuur 4 | Identiteitsverankering met behulp van het Vliegwielen van Identiteit@

Identiteitsmarketing en economie-onderwijs

Vanaf 2009, vanuit de Betekenisfabriek en als voormalig lector Identiteitsmarketing aan hogeschool Saxion heb ik me hard gemaakt voor het introduceren van een alternatieve kijk op marketing. Ik heb dat gedaan om twee redenen, een praktische en een principiële. Om met de laatste te beginnen: ik vind marketing een prachtig vak dat in essentie gaat om het verbinden van mensen die iets te bieden hebben en mensen die iets nodig hebben. Marketing brengt mensen letterlijk tot elkaar. In de loop van de tijd heeft marketing haar ware aard verloochend en haar ziel verkwanseld. Eigenbelang heeft marketing gecorrumpeerd en gemaakt tot karikatuur van zichzelf. Marketing bezorgt mensen een vieze smaak in de mond en wordt door velen, grotendeels terecht, gezien als vals en onecht. We vinden het inmiddels normaal dat marketing door bedrijven ingezet wordt om zoveel mogelijk winst te maken voor het bedrijf en zijn stakeholders, zelfs als dat ten koste gaat van mensen buiten het bedrijf. We leren dat aan onze studenten en moedigen hen aan om zich daarin te bekwaamen. Het lijkt erop dat marketing in deze gedaante mensen vooral uit elkaar drijft. Ik heb daar moeite mee en wil marketing terug laten keren naar haar oorsprong: mensen tot elkaar brengen. Ik wil marketing weer gewetensvol maken. Grote

Kaj Morel is marketingdeskundige en managementconsultant, en oprichter van De Betekenisfabriek.

*** Dit artikel is een geactualiseerde vrij bewerkte korte versie van het gelijknamige essay uit 2012, gepubliceerd in Bloei! Werken aan geluk in organisaties onder redactie van Kees Klomp, uitgegeven door Asoka.**

ⁱ <https://www.youtube.com/watch?v=PV8qKJd6EI>

ⁱⁱ Ik maak hier voor de eerste en laatste keer in mijn verhaal onderscheid tussen bedrijven (met winstoogmerk) en organisaties (zonder winstoogmerk). Dit onderscheid is voor de essentie van mijn betoog niet relevant. Vanaf nu gebruik ik afwisselend beide termen waarmee ik zowel organisaties met als zonder winstoogmerk aanduid.

ⁱⁱⁱ Het boek van Kees Klomp, Stefan Wobben en Jesse Kleijer dat elders in dit tijdschrift besproken wordt staat vol inspirerende voorbeelden van mensen en bedrijven die deze 'nieuwe' samenleving vormgeven.

^{iv} Mijn boek Identiteitsmarketing. Waarom wij bestaan (Scriptum, 2010) geeft een uitgebreide beschrijving van het vakgebied identiteitsmarketing en het achterliggende gedachtegoed.

^v Zie Identiteitsmarketing. Waarom wij bestaan, pp. 66-69 voor een toelichting op de piramide van organisatiebewustzijn.

^{vi} Ik verwijs onder andere naar bijlage A van het boek Conscious Capitalism: Liberating the Heroic Spirit of Business uit 2013 geschreven door John Mackey en Raj Sisodia.

^{vii} Zie Identiteitsmarketing. Waarom wij bestaan, hoofdstuk 6, pp. 97-116 voor een uitgebreide toelichting op de elementen van het identiteitsbewijs.

^{viii} Zie <http://debetekenisfabriek.nl/wp-content/uploads/2016-06-16-Betekenisfabriek-interactieve-pdf-DEF.pdf>

ORATIE JOHAN WEMPE (VU):

Moedige ondernemingen nemen hun verantwoordelijkheid

Veel van de huidige maatschappelijke problemen zijn het gevolg van het handelen van mensen en organisaties. Denk bijvoorbeeld aan de opwarming van de aarde, corruptie, obesitas, de crisis in het financiële systeem of de arbeidsomstandigheden en milieuproblemen in de kledingindustrie. Ongewenste gevolgen van sociale of maatschappelijke systemen, waarin bedrijven, consumenten, overheden en maatschappelijke organisaties (samen) een rol spelen. De media beperken zich nogal eens tot “blaming and shaming”.

Hoogleraar Johan Wempe* graaft graag wat dieper. Wat zijn de gevolgen van samenwerking binnen sociale systemen? Wat gebeurt er met verantwoordelijkheid? Welke normen en waarden en achterliggende fundamentele principes kunnen we hier toepassen? De ethiek kan daarbij behulpzaam zijn. Wempe wil die morele verantwoordelijkheid vertalen naar de bedrijfscontext. Probleem daarbij is dat ondernemingen verknoopt zijn binnen maatschappelijke systemen en daardoor lastig te vatten in morele begrippen.

Brent Spar

Een viertal kenmerken van maatschappelijke systemen maakt het beantwoorden van vragen naar de morele verantwoordelijkheid moeilijk. Allereerst kijkt de gangbare ethiek meestal naar individuen en niet naar collectieven. Dit speelde (in het verleden) o.a. bij debatten over de verantwoordelijkheidsvraag voor de Holocaust en Vietnam. In de jaren 80 en 90 van de vorige eeuw werd morele verantwoordelijkheid toegekend aan de onderneming als collectief, naast de verantwoordelijkheid van de individuele leden van dat collectief. Een doorbraak in dat debat en een impuls voor de ondernemingsethiek vormde de erkenning door Shell van haar verantwoordelijkheid voor de maatschappelijke impact van (o.a.) het in zee willen dumpen van boorplatform Brent Spar.

De discussie ging voortaan over de inhoud van de (collectieve) morele verantwoordelijkheid van de onderneming en hoe die concreet gestalte kan krijgen. “Sinds de jaren 90 van de vorige eeuw worden gedragscodes ontwikkeld, stakeholder dialogen georganiseerd, maatschappelijke jaarverslagen opgesteld, duurzaamheidsdata door auditors gecontroleerd en keurmerken ingevoerd om klanten en bedrijfspartners zekerheid te verschaffen over de productiewijze en de milieu-impact van een product.” Nieuw probleem vormen de grenzen van de verantwoordelijkheid van de onderneming, deze is namelijk onderdeel van maat-

schappelijke systemen, ketens, sectoren en regionale verbanden.

Ten tweede gaat de ethiek uit van een causaal verband tussen een doelbewuste (intentionele) handeling en de verantwoordelijkheid voor het gevolg ervan. Een onderneming kan als collectief (secundair) verantwoordelijk zijn als er sprake is van een taken- en bevoegdheidsstructuur en het (bewust en gewild) handelen ervaren wordt als in het belang en passend in de strategie van het bedrijf. Op systeemniveau is er – door het ontbreken van een formele structuur – echter geen sprake van dergelijk handelen en dus ook niet van verantwoordelijkheid voor de gevolgen ervan.

Smith' speldenfabriek

Ten derde kan ethiek moeilijk overweg met complexe dynamische processen, zoals je die bij systemen tegenkomt. Processen worden daarom veelal – à la de speldenfabriek van Smith – opgedeeld in stukjes, via arbeidsverdeling, specialisatie gericht op een grotere efficiency. Met als nadelen: niet verder kijken dan de grenzen van je eigen hokje, bedrijf, sector of branche. De neiging “eventuele negatieve effecten af te schuiven op anderen, op toekomstige generaties, op elders in de wereld, op anderen in de keten, op anderen in de omgeving.” De ethiek heeft dat opdelen van complexe en dynamische processen in afgebakende handelingen ondersteund en versterkt. Ondernemingsethiek zelf heeft zich in dezelfde richting ontwikkeld en zich gericht op de ontwikkeling van compliance gerichte governance structuren. Corporate Governance houdt zich vooral bezig met hoe verantwoordelijkheden – van directie, Raad van Commissarissen en accountant – uit elkaar gehaald kunnen worden. Dat segmenteren en versnipperen – als reactie op complexiteit – heeft nadelige en niet bedoelde neveneffecten. Samenhang zien en vinden, denken vanuit de mogelijkheden die samenwerking oplevert, en nieuwe maatschappelijke systemen mogelijk maken; dat zijn zaken die buiten beeld kunnen raken.

Retrospectief

Als vierde en laatste is ethiek vooral gericht op het achteraf verantwoordelijk houden van mensen. Verantwoordelijkheid als middel om schuldigen aan te kunnen wijzen voor wat er mis is gegaan. Door slaan met controle en compliance kan leiden tot



Johan Wempe



een 'afrekencultuur', risicomijdend gedrag en gebrek aan flexibiliteit van je organisatie.

“De dynamiek van systemen en de noodzaak om de grote maatschappelijke vraagstukken een stapje dichterbij een oplossing te brengen maakt het noodzakelijk over de grenzen van de eigen taak en eigen discipline heen te kijken om sector overstijgende problemen te begrijpen en kansen te verkennen.”

Prospectieve ethiek

Veel grote maatschappelijke vraagstukken zijn eigenlijk systeemvraagstukken. “Een morele beoordeling van het handelen dat plaatsvindt binnen maatschappelijke systemen (...) is voor de gangbare ethiek (...) lastig. Het gaat om de effecten van een sociaal of maatschappelijk systeem die als het ware ontglippen aan de verantwoordelijkheid van de individuen en de organisaties die deel uit maken van dat systeem. Het zoeken naar oplossingen voor de grote maatschappelijke vraagstukken vergt het ontdekken van kansen over de grenzen van de eigen taak, het bedrijf en de sector. Het gaat dan niet om een optimaal resultaat binnen de grenzen van mijn eigen organisatie, maar om een optimaal maatschappelijk resultaat. Om een resultaat waarbij rekening gehouden wordt met een faire verdeling van de welvaart op een bepaald moment en de belangen van toekomstige generaties.” De oplossing van grote maatschappelijke vraagstukken vergt een andere ethiek, een prospectieve ethiek. Wempe ontleent dit begrip aan Jean Fourastié 1) Volgens Fourastié gaat het daarbij om het redeneren vanuit de toekomst naar het heden. Een reflectie op de keuzes die gemaakt moeten worden ten aanzien van de doelen die we als samenleving nastreven en de middelen die we daartoe inzetten. Keuzes die in belangrijke mate gebaseerd zijn op wetenschappelijke inzichten, maar ook op waarden die we onszelf voorhouden. Wempe heeft het in dat verband over een rol die een natuurlijke persoon, een bedrijf, een maatschappelijke organisatie of een publieke instelling in het grotere geheel, de samenleving vervult.

Communitarisme

Bij prospectieve ethiek gaat het om het terug redeneren vanuit een gewenst en haalbaar ideaal. Om werken vanuit een doel, om bouwen aan gewenste situaties in de toekomst. Een verantwoordelijkheid

om bij te dragen aan een gemeenschappelijk doel. Een gezamenlijk doel dat alleen bereikt kan worden door een vorm van organisatie, waarbij elke betrokkene zich bewust is van de noodzaak om het losse samenwerkingsverband om te vormen om dat resultaat te bereiken, vanuit verschillende rollen en met verschillende soorten verantwoordelijkheid. Een belangrijk kenmerk van verantwoordelijkheid van los georganiseerde collectieven betreft het doel van het collectief. Een onderwerp dat centraal staat in het werk van Alasdair MacIntyre 2), de grondlegger van het communitarisme. MacIntyre ziet mensen niet als individuen los van tradities en verbanden, maar ingebed in gemeenschappen, waar normen en waarden zich ontwikkelen. Het samenwerken van mensen aan een gemeenschappelijk doel en daarin willen excelleren.

Bedrijf als maatschappelijk regisseur

Wempe combineert het communitarisme van MacIntyre met prospectieve ethiek en past dit toe in de bedrijfscontext. Verantwoordelijkheid wordt dan gedefinieerd vanuit het doel: hoe kunnen “ondernemingen bijdragen aan het goed functioneren van de samenleving en het goede leven van mensen daarbinnen.” Wempe signaleert een duidelijke ontwikkeling in het debat hoe ondernemingen (hun) verantwoordelijkheid benaderen. Een ontwikkeling van amoreel ('neutraal') via passief ('voorkomen van betrokkenheid bij schandalen') naar actief ('maatschappelijke rol erkennen') en prospectief. De laatstgenoemde benadering wordt langzamerhand zichtbaar via bedrijven die circulair ondernemen en meewerken aan de ontwikkeling van nieuwe maatschappelijke systemen. Zeg maar, “de onderneming als corporate citizen die bijdraagt aan de inkleuring van de publieke ruimte, de wereld van morgen. Ondernemingen worden daarbij organisaties met een zin. (...) Maatschappelijke vraagstukken worden daarbij gezien als kans voor ondernemerschap en niet als kostenpost of randvoorwaarden waarbinnen geopereerd moet worden. (...) De onderneming wordt een (mede) regisseur van de toekomst.”

**Dit is een korte samenvatting van de oratie van Prof. Dr. Johan Wempe, hoogleraar Ondernemingsethiek aan de faculteit Economische Wetenschappen en Bedrijfskunde van de Vrije Universiteit Amsterdam, gehouden op 13 mei 2016. Met als titel: “Morele moed van ondernemingen – De contouren van een prospectieve ethiek”. De samenvatting is gemaakt door Jos de Graaf. De volledige tekst van de oratie is hier te lezen: <http://dare.uvu.nl/bitstream/handle/1871/54447/Oratie%20JWempe%2013%20mei%202016%20Uitgebreide%20tekst.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
1)Fourastié, J. (1966), *Essais de morale prospective*, Paris, Gonthier.
2)Alasdair MacIntyre (1981) *After Virtue. A study in Moral Theory*, London.*

De retoriek en realiteit van maatschappelijk verantwoord ondernemen

Steeds meer bedrijven hanteren een beleid van maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO). De vraag is of ze de daad bij het woord voegen met werkelijke maatregelen, en welke milieueffecten deze sorteren. Grootschalige, internationale analyse voor grote bedrijven en het MKB laat zien dat MVO-beleid werkt: bedrijven met sterke milieuprogramma's verbruiken minder energie en stoten minder broeikasgassen uit dan bedrijven met zwakkere milieuprogramma's. Het MKB sorteert meer milieueffect bij duidelijke targets, de grote bedrijven bij gedetailleerde documentatie.

Johan Graafland en
Hugo Smid

In december 2015 sloten 195 landen een akkoord over een nieuw klimaatverdrag dat de uitstoot van broeikasgassen moet terugdringen. In het akkoord staat dat er extra inzet nodig is om de negatieve gevolgen van klimaatverandering aan te pakken en de hoeveelheid broeikasgassen terug te dringen. In Nederland is daarom een discussie begonnen over de sluiting van kolencentrales. Maar een andere mogelijkheid waarlangs dit kan worden bereikt is maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO).

In 2011 presenteerde de Europese Commissie haar hernieuwde strategie voor MVO (Europese Commissie, 2011). Met deze publicatie onderstreept de Commissie het belang van MVO voor een duurzame ontwikkeling in Europa. Meer en meer bedrijven hanteren tegenwoordig verschillende soorten MVO-instrumenten, zoals gedragscodes, ondertekening van de UN Global Compact, ISO-certificering en verschillende vormen van samenwerking met belanghebbenden (KPMG, 2011).

Ontkoppeling

Maar critici vragen zich af of MVO wel effect sorteert. In de literatuur wordt gesproken over twee vormen van zogenaamde 'ontkoppeling' (Bromley

en Powell, 2012). Het eerste type betreft het verband tussen MVO-beleid op papier en de implementatie ervan door middel van programma's. Hoewel bedrijven naar het publiek toe communiceren dat zij MVO voorstaan en allerlei beleidsprincipes onderschrijven, hoeft dit niet te betekenen dat zij daadwerkelijk maatregelen treffen om hun milieubijdrage te verbeteren. Zonder de implementatie van het beleid met behulp van programma's, kan de effectiviteit van MVO in het geding komen. Het tweede type betreft het verband tussen de implementatie van programma's en de concrete resultaten ervan: wanneer programma's niet adequaat uitgevoerd worden, zijn de gevolgen voor bijvoorbeeld energieverbruik en de uitstoot van broeikasgassen minimaal. De implementatie bemiddelt tussen de retoriek van de goede voornemens en de realisering van concrete resultaten.

Bij uitstek bij MVO ligt ontkoppeling op de loer. Ontkoppeling van beleid en concrete prestaties is verleidelijk in complexe gebieden die gekenmerkt worden door dubbelzinnigheid, onzekerheid, meerdere tegenstrijdige verwachtingen, hoge transactiekosten, beperkte regelgeving en het ontbreken van mechanismen voor het toezicht op de naleving (Greenwood en Hinings, 1996). Inderdaad vonden verschillende studies dat een dergelijke externe druk op de reputatie van het bedrijf kan resulteren in ontkoppeling van processen, waarbij de reacties van bedrijven op externe eisen meer symbolisch zijn dan dat zij substantiële bijdragen genereren (Jamali, 2010; Okhmatovskiy en David, 2012). En MVO betreft juist activiteiten die verder gaan dan de naleving van de regelgeving. Het uitdragen van een visie, die gepaard gaat met retoriek, is een onlosmakelijk onderdeel van MVO. Ook maken de tegenstrijdige belangen van de stakeholders het aantrekkelijk voor een bedrijf om naar buiten toe een ideaalbeeld te handhaven dat de legitimiteit van het bedrijf versterkt zonder dat er daadwerkelijk kosten gemaakt worden voor concrete maatschappelijke prestatieverbeteringen (Harrison en Freeman, 1999).

Gat in de literatuur

Verschiedende empirische studies naar MVO tonen de relevantie van de eerste vorm van ontkoppeling, waarbij managers de neiging hebben om in reactie op externe druk een formeel beleid uit te zetten dat evenwel losgekoppeld is van de kernprocessen



Variabelen voor eerste dataset voor grote bedrijven, in 2010

TABEL 1

Variabele	Gemiddelde score (standaardfout)	Percentage bedrijven zonder beleid / implementatie
Kwaliteit beleidsdocumentatie	40,8 (34,4)	25
Kwaliteit implementatie van het programma ter vermindering van uitstoot van broeikasgassen	44,1 (35,8)	24
Kwaliteit implementatie van het programma ter bevordering van hernieuwbare energie	15,4 (24,8)	61
Realisatie uitstoot van broeikasgassen	45,0 (39,9)	
Realisatie gebruik hernieuwbare energie	14,0 (34,1)	

Aantal bedrijven: 1048. De schaal varieert van 0 tot 100.

Variabelen voor tweede dataset voor mkb, in 2010

TABEL 2

Variabele	Gemiddelde score (standaardfout)	Variabele	Gemiddelde score (standaardfout)
Inspanning		Targets	
Energie	0,62 (0,33)	Energie	0,26 (0,44)
Water	0,55 (0,41)	Water	0,20 (0,40)
Afval	0,72 (0,37)	Afval	0,25 (0,45)
		ISO 14001	0,13 (0,39)
Gebruik		Gebruik	
Energie	-0,46 (1,38)	Hernieuwbare energie	0,19 (1,08)
Water	-0,35 (1,11)	Recycling afval	0,36 (1,31)
Afval	-0,38 (1,21)		

Schattingsresultaten voor ontkoppeling tussen beleid en implementatie¹

TABEL 3

	Kwaliteit programma's voor vermindering broeikasgasemissies	Kwaliteit programma's voor bevordering van gebruik van hernieuwbare energie
De benchmark: hetzmate geen MVO-beleid		
Zwak milieubeleid	0,093 ^{***}	0,085 [*]
Goed milieubeleid	0,150 ^{***}	0,127 ^{**}
Sterk milieubeleid	0,245 ^{***}	0,125 ^{**}

¹ Gestandaardiseerde coëfficiënten

*/**/*** Significaat op respectievelijk vijf-, een- en 0,1-procentniveau

beren dit gat in de literatuur te vullen door te onderzoeken in hoeverre milieuprogramma's daadwerkelijk tot betere milieuprestaties leiden. Wij doen dat aan de hand van twee verschillende datasets. De eerste dataset heeft betrekking op meer dan 1000 grote bedrijven uit 24 (grotendeels westerse) landen, waarbij wij gebruikmaken van gegevens van Sustainalytics, een gerenomeerd internationaal (privaat) ratingsbureau, dat voortgekomen is uit Triodos Bank. De tweede dataset betreft een door ons zelf ontwikkelde vragenlijst die uitgezet is onder 365.000 bedrijven (voornamelijk mkb) in twaalf Europese landen. Deze survey is door 5.200 bedrijven volledig ingevuld en testen tonen aan dat de respons voldoende representatief is.

Beschrijving van de datasets

Voor de eerste dataset met grote bedrijven richten wij ons op twee milieuaspecten: uitstoot van broeikasgassen en gebruik van hernieuwbare energie. Hiertoe maken wij gebruik van de data van Sustainalytics ten aanzien van drie gegevens. Ten eerste de mate waarin beleidsdocumenten gedetailleerd zijn en zich uitstrekken tot alle relevante milieupaspecten (kwaliteit beleidsdocumentatie), ten tweede de kwaliteit van programma's ter vermindering van de uitstoot van broeikasgassen en verhoging van het gebruik van hernieuwbare energie, gemeten aan de hand van het al of niet hebben van een formeel programma en of er targets en concrete deadlines worden gehanteerd (kwaliteit implementatie), en ten derde de daadwerkelijke uitstoot van broeikasgassen ten opzichte van de omzet en het gebruik van hernieuwbare energie (realisatie).

Voor de tweede dataset (die voor 92% uit mkb bestaat) richten wij ons op vijf milieupaspecten: energiegebruik, watergebruik, afval, gebruik van hernieuwbare energie en recycling van afval. Per categorie maken wij onderscheid tussen vier indicatoren: informele inspanning die bedrijven verrichten om hun milieuprestaties te verbeteren, het gebruik van targets, ISO 14001-certificering en de verbetering in milieuprestatie over de afgelopen drie jaren. Het gebruik van targets is een managementtool voor het initiëren van verandering en verbetering die ook haalbaar is voor kleine bedrijven (Palmer en Van der Vorst, 1997). Targets kunnen worden gedefinieerd in kwantitatieve termen (bijvoorbeeld energieverbruik met tien procent verminderen) of verwijzen naar kwalitatieve doelstellingen. Informele inspanningen zijn gemeten door een driepuntsschaal lopend van 0 (geen inspanning), 0,5 (incidentele inspanning) tot 1 (voortdurende inspanning). Het gebruik van targets en ISO 14001-certificering worden gemeten met een binaire schaal (0 = niet; 1 = wel). Milieueffecten worden gemeten door een zevenpuntsschaal lopend van -3 tot +3 voor de verandering in de variabele tussen 2007 en 2010.

binnen het bedrijf (Weaver *et al.*, 1999). Slechts een paar studies hebben gekeken naar het tweede type van ontkoppeling (Bromley en Powell, 2012). Zo vinden Friedman en Miles (2001) en Ammenberg en Hjelm (2003) dat toepassing van milieubeheersystemen in Groot-Brittannië en Zweden hebben geleid tot verbetering van de milieueffecten van deze ondernemingen. Beide studies zijn echter gebaseerd op een beperkt aantal casestudies van kleine en middelgrote ondernemingen, en de resultaten zijn daarom moeilijk te generaliseren. Wij pro-

Schattingsresultaten voor ont koppeling tussen implementatie en milieuprestaties¹

TABEL 4

	Vermindering uitstoot broeikasgassen	Gebruik hernieuwbare energie
De benchmark: helemaal geen geïmplementeerde milieuprogramma's		
Zwak milieuprogramma	0,160***	0,275***
Goed milieuprogramma	0,109**	0,129***
Sterk milieuprogramma	0,271***	0,361***

¹ Gestandaardiseerde coëfficiënten

*/**/** Significaat op respectievelijk een-, en 0,1-procentniveau

Schattingsresultaten voor ont koppeling tussen implementatie en milieu prestaties mkb¹

TABEL 5

	Energie-gebruik	Water-gebruik	Afval-productie	Hernieuwbare energie ²	Recycling afval
Inspanning	-0,494***	-0,437***	-0,345***	1,775***	0,217***
Targets	-0,258***	-0,317***	-0,231***	0,281**	0,092*
ISO14001	-0,183**	-0,109*	-0,166***	0,303**	0,193**

¹ Niet gestandaardiseerde coëfficiënten

² Binare logistische schatting. De afhandelbare variabele is een binaire variabele met 1 voor bedrijven die hun percentage in hernieuwbare energie verbeteren

*/**/** Significaat op respectievelijk vijf-, een- en 0,1-procentniveau

Milieuprestaties bij maximale MVO-implementatie¹

TABEL 6

	100% continue inspanning	100% gebruik van targets	100% ISO14001	Totaal
Energiegebruik	-0,12	-0,13	-0,11	-0,36
Watergebruik	-0,13	-0,17	-0,06	-0,36
Afval	-0,06	-0,11	-0,11	-0,28

¹ Gemiddelde in gemiddelde verandering in jaarlijkse toename in procenten

Effecten beleid op implementatie

Voordat wij het verband tussen implementatie van MVO-programma's op concrete milieu-uitkomsten onderzoeken, kijken wij eerst naar de relatie tussen beleidsdocumentatie en de implementatie van MVO. Dit hebben wij alleen getoetst voor grote bedrijven, omdat mkb-bedrijven vaak geen beleidsdocumentatie hebben. De resultaten voor grote bedrijven zijn vermeld in tabel 3. De coëfficiënten laten zien hoeveel de gemiddelde kwaliteit van het programma verandert (gemeten als aandeel van de standaardfout) als gevolg van het hebben van een bepaalde kwaliteit beleidsdocumentatie ten opzichte van bedrijven die helemaal geen beleidsdocumentatie hebben (gemeten per standaardfout). In elke regressie hebben we verschillende controlevariabelen opgenomen die gebruikelijk zijn in het MVO-onderzoek (Graafland en Smid, 2016), zoals regio, sector, omvang en winstgevendheid van het bedrijf, de kwaliteit van verslaggeving en de allocatie van de verantwoordelijkheid voor MVO binnen het bedrijf (op directieniveau of lager). Verder is getoetst op endogeniteit van de onafhankelijke variabelen (die alle exogeen bleken). Tabel 3 laat zien dat de kwaliteit van het beleid significante positieve invloed heeft op de kwaliteit van de imple-

mentatie van milieuprogramma's. Verder vinden wij dat, in tegenstelling tot onze verwachting, zelfs een zwak milieubeleid niet tot volledige ont koppeling leidt. Hoewel het effect van een sterk beleid groter is dan dat van een zwak beleid, is het voor de kwaliteit van geïmplementeerde programma's nog altijd beter om een zwak beleid te voeren dan helemaal geen beleid te hebben (de benchmark in de schattingen).

Effecten implementatie op milieu-prestaties

Tabel 4 presenteert de resultaten van de schatting van de effecten van de kwaliteit van geïmplementeerde milieuprogramma's op de daadwerkelijke uitstoot van broeikasgassen en het gebruik van hernieuwbare energie bij grote bedrijven. Wij vinden in beide gevallen dat de kwaliteit van MVO-programma's een significant effect heeft op milieuprestaties. Het effect van sterke programma's is groter dan dat van zwakke programma's. Maar zelfs bedrijven met zwakke programma's genereren significant positievere effecten dan bedrijven die geen programma's hanteren. Invoering van een zwak programma is daarom nog altijd beter dan helemaal geen programma. Als wij naast programma's ook de kwaliteit van beleidsdocumentatie als verklarende variabele opnemen, vinden wij daarvoor geen effect. De invloed van beleidsdocumenten op realisaties loopt dus enkel via het implementeren van programma's. Zonder implementatie hebben beleidsdocumenten dus geen zin.

De schattingresultaten voor mkb'ers zijn vermeld in tabel 5. In elke regressie hebben we verschillende controlevariabelen opgenomen (Graafland en Smid, 2015), zoals regio, sector en de omvang van het bedrijf. De resultaten laten zien dat de concrete milieuprestaties voor alle vijf milieuaspecten met meer inspanning significant verbeterd worden. Maar ook het gebruik van eenvoudige procedures, zoals het hanteren van targets, bevordert besparing op energie, watergebruik en afval, en verbetert het gebruik van hernieuwbare energie en het recyclen van afval. Hetzelfde geldt voor meer omvangrijke procedurele maatregelen die vereist zijn voor het verkrijgen van ISO 14001-certificering. Dat betekent dat deze certificering niet louter een middel is om de reputatie naar externe stakeholders te versterken, maar ook een effect heeft op de daadwerkelijke milieuprestaties en er dus geen volledige ont koppeling plaatsvindt.

Als we de geschatte coëfficiënten zoals vermeld in tabel 5 combineren met de gemiddelde inspanning, het gebruik van targets en ISO 14001-certificering zoals vermeld in Tabel 2, kunnen we ook de maximale verbetering van de milieuprestaties berekenen als alle bedrijven zich continu zouden inspannen om hun milieuprestaties te verbeteren en zowel targets als een ISO 14001-certificering zou-



den gebruiken (tabel 6). Uit tabel 6 blijkt dat de effecten niet heel substantieel zijn, maar ook niet verwaarloosbaar. Als we de groei doortrekken naar de toekomst en daarbij gelijkblijvende meeropbrengsten in termen van milieuprestaties veronderstellen, zou bij maximale implementatie van MVO na honderd jaar het energie- en waterverbruik met 30 procent ($= 1 - 0,9964 \cdot 100$) zijn afgenomen en afval met 25 procent.

Conclusies

De milieueffecten van MVO zijn onderzocht voor grote bedrijven en voor het mkb. Een regressieanalyse voor grote bedrijven in 24 (voornamelijk westerse) landen laat zien dat de mate waarin het MVO-beleid zoals vervat in gepubliceerde documenten vertaald wordt in daadwerkelijke implementatie van MVO-programma's samenhangt met de mate waarin deze documenten gedetailleerd zijn en zich uitstrekken tot alle relevante milieuaspecten. Maar zelfs bedrijven die slechts een zwak MVO-beleid voeren, doen het bij de implementatie van MVO nog altijd gemiddeld beter dan bedrijven die helemaal geen beleid hebben. Deze uitkomsten geven aan dat een volledige ontkoppeling tussen beleid en implementatie zeldzaam is. Verder vinden wij dat de koppeling tussen implementatie e milieuprestaties stijgt met de kwaliteit van de geïmplementeerde programma's. Zelfs bedrijven die alleen

zwakke programma's hanteren doen het nog altijd beter dan bedrijven die helemaal geen milieuprogramma's gebruiken. Wel vinden wij dat beleid geen additionele invloed heeft op implementatie en milieuprestaties. Maar dat betekent niet dat beleidsdocumenten alleen maar retoriek zijn. Want indirect bevorderen zij toch de milieuprestaties door de implementatie van MVO-maatregelen te bevorderen.

Daarnaast hebben we onderzoek gedaan naar de milieueffecten van MVO door het mkb, iets wat tot nu toe niet op grote schaal is onderzocht in de literatuur. Wegens hun kleine omvang hebben bedrijven minder vaardigheden en minder financiële middelen beschikbaar voor milieuzorg. Formele beheersinstrumenten worden daarom vaak als ongeschikt beschouwd voor het mkb. Toch kunnen bepaalde processtappen helpen om de milieueffecten te verbeteren, zoals het gebruik van targets die focus geven en de communicatie van MVO in het bedrijf verbeteren. Onze schattingsresultaten tonen aan dat het gebruik van targets de milieuprestaties significant verbetert. Zelfs voor een zeer klein bedrijf met tien of minder werkn-



mers is het vrij eenvoudig om targets te hanteren voor energie- of watergebruik, of het reduceren van afval (wat een kwart van het mkb ook al daadwerkelijk doet) zonder de toevlucht te moeten nemen tot complexe en dure formalistische procedures zoals ISO 14001-certificering.

Onze bevindingen impliceren dat MVO een zinvolle bijdrage kan leveren aan vermindering van CO₂-emissies. Zelfs als bedrijven zich bedienen van retoriek heft dat nog niet te betekenen dat er geen effect is, want de narratief kan vroeg of laat een dynamiek op gang brengen waarbij het bedrijf behoefte heeft om inconsistentie tussen woorden en daden te verminderen door MVO ook in de praktijk te brengen. De betrekkingen laten echter ook zien dat MVO alleen niet voldoende is. Als we de resultaten van het mkb doortrekken naar de toekomst, neemt het energieverbruik niet snel genoeg af. Dit duidt erop dat aanvullend overheidsbeleid wenselijk is om aan het klimaatakkoord te voldoen. De overheid kan dit proces versterken door de transparantie in energie- en waterverbruik en afval te versterken, bijvoorbeeld door grote bedrijven te verplichten daarover te rapporteren. Dat maakt het voor buitenstaanders makkelijker om inzicht te krijgen of de retoriek ook wordt vertaald in concrete verbeteringen. Voor kleine bedrijven zou de overheid werkgevers- en brancheorganisaties kunnen aanmoedigen om hun leden bewuster te maken dat zelfs met eenvoudige procedurele middelen als het gebruik van targets verbeteringen in milieuprestaties mogelijk zijn.

Johan Graafland is hoogleraar aan de Universiteit van Tilburg. Hugo Smid is onderzoeker bij De Nederlandsche Bank.

Literatuur

- Ammenberg, J. en O. Hjelm (2003)** *Trading business and environmental effects of environmental management systems – a study of networking small and medium-sized enterprises using a joint environmental management system.* *Business Strategy and Environment*, 12(3), 163-174.
- Bromley, P. en W.W. Powell (2012)** *From smoke and mirrors to walking the talk: decoupling in the contemporary world.* *The Academy of Management Annals*, 6(1), 483-530.
- Europese Commissie (2011)** *Communication from the commission to the European Parliament, The Council, The European Economic and Social Committee and the Committee of the regions. Te vinden op ec.europa.eu.*
- Friedman, A. en S. Miles (2001)** *SME's an the environment. Two case studies.* *Eco-Management and Auditing*, 8(4), 200-209.
- Graafland, J.J. en H. Smid (2015)** *Environmental impacts of SME's and the effects of formal management tools: evidence from EU's largest survey.* *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*.
- Graafland, J.J. en H. Smid (2016)** *Decoupling among CSR policies, programs, and impacts: an empirical study.* *Business & Society*, te verschijnen.
- Greenwood, R. en C.R. Hinings (1996)** *Understanding radical organizational change: bringing together the old and the new institutionalism.* *Academy of Management Review*, 21(4), 1022-1054.
- Harrison, J.S. en R.E. Freeman (1999)** *Stakeholders, social responsibility, and performance: empirical evidence and theoretical perspectives.* *Academy of Management Journal*, 42(5), 479-485.
- Jamali, D. (2010)** *MNC's and international accountability standards through an institutional lens: evidence of symbolic conformity or decoupling.* *Journal of Business Ethics*, 95(40), 617-640.
- KPMG (2011)** *Carrots and sticks. Promoting transparency and sustainability. An update on trends in voluntary and mandatory approaches to sustainability reporting.* *KPMG. Rapport op www.globalreporting.org.*
- Okhmatovskiy, I. en R.J. David (2012)** *Setting your own standards: internal corporate governance codes as a response to institutional pressure.* *Organization Science*, 23(1), 155-176.
- Palmer, J. en R. van der Vorst (1997)** *New recipe green reporting for small and medium-size enterprises.* *Eco-Management and Auditing*, 4(2), 57-67.
- Weaver, G.R., L.K. Trevi o en P.L. Cochran (1999)** *Integrated and decoupled corporate social performance: management commitments, external pressures, and corporate ethics practices.* *Academy of Management Journal*, 42(5), 539-552.



Dit artikel is - in het kader van een samenwerkingsverband tussen TEO en ESB - overgenomen uit Economisch Statistische Berichten (ESB), jaargang 101 (4733) 28 april 2016.

Bovenstaand artikel werd in ESB van 12 mei jl. gevolgd door de bijdrage "Het CO₂-effect van MVO op macroniveau", (eveneens) geschreven door Johan Graafland. Conclusies (in het kort): Een positief milieueffect van MVO op bedrijfsniveau wil niet zeggen dat er ook op macroniveau een positief effect is. MVO-inspanningen van bedrijven ten aanzien van CO₂-emissie blijken echter ook op het niveau van landen het gewenste positieve effect te hebben. De effecten zijn wel bescheiden en een actief aanvullend overheidsbeleid blijft geboden.

Impact meten, hoe doe je dat?*

Impact gaat over de maatschappelijke verandering die een organisatie of een specifiek programma of project realiseert. Dit kan een milieu-impact zijn zoals CO2 of waterbesparing. Het kan ook een sociale (economische) impact zijn zoals het creëren van werkgelegenheid of het bijdragen aan educatie en zelfontplooiing.



Karen Maas

Impacteffecten betreffen de laatste effecten van de 'maatschappelijke waardeketen' (zie schema). Deze maatschappelijke waardeketen wordt ook wel een veranderingstheorie of *logic model* genoemd: het toont hoe middelen, binnen het kader van de missie, leiden tot effecten. Daarmee maakt de waardeketen de logica die onderliggend is aan de organisatie, een programma of project expliciet. Een grotere organisatie met meerdere strategieën, programma's of projecten kan meerdere waardeketens hebben. Voor iedere stap in de waardeketen(s) kunnen meerdere indicatoren geformuleerd worden, waarmee de maatschappelijke prestatie van de organisatie of een specifiek programma of project gemeten kan worden.

Missie- en maatschappelijk niveau

Je kunt de impact van een organisatie op verschillende niveaus bekijken: op missieniveau en op maatschappelijk niveau. Op missieniveau kijk je of de doelstellingen van de organisatie zijn behaald. Hierbij krijgen onbedoelde en indirecte effecten vaak geen aandacht. Impact op maatschappelijk niveau omvat juist alle effecten van een organisatie. Idealiter kun je op maatschappelijk niveau het totale effect van verschillende organisaties vergelijken. Dit onderscheid tussen impact op missieniveau en impact op maatschappelijk niveau brengt een aantal interessante discussiepunten met zich mee.

- 1 Is het voldoende als een organisatie haar effect op de maatschappij enkel op missieniveau in kaart brengt? Want wat als de missie op zich niet positief is, maar deze wel wordt behaald? Stel dat een organisatie zich richt op het zo veel mogelijk hamburgers verkopen aan scholieren. Als dit bedrijf hier heel succesvol in is, dan is het bedrijf wellicht effectief en efficiënt, maar dat wil nog niet zeggen dat de resultaten ook een positief effect hebben op de scholieren.
- 2 Als we op maatschappelijk niveau willen meten, kunnen wij dan alle effecten optellen of afwegen? Hier geldt het oude dilemma van 'appels en peren vergelijken'. De vraag is hoe te komen tot

een allesomvattende vergelijkbare indicator.

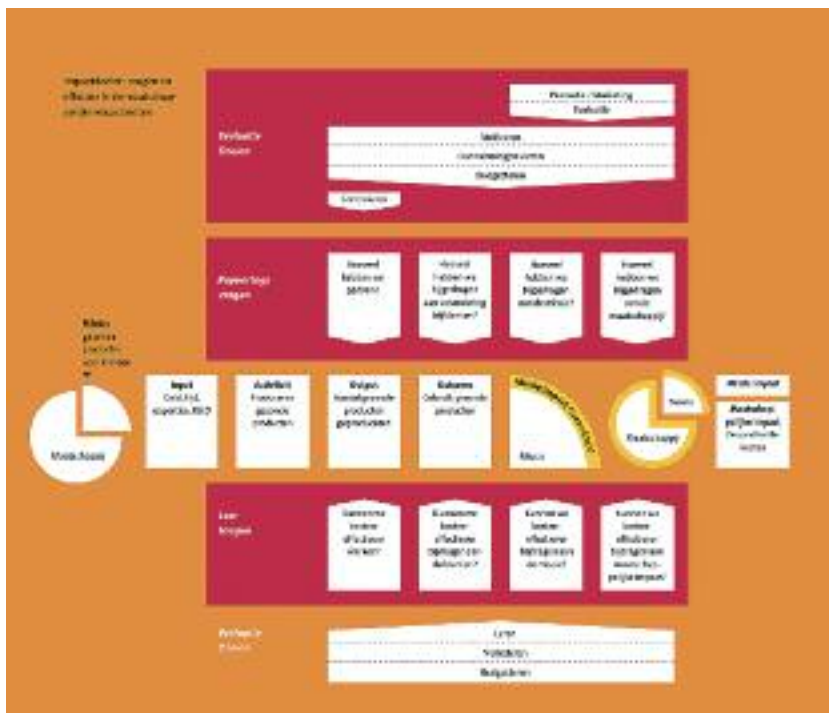
Want hoe kun je anders effecten op het milieu vergelijken met effecten op mensen? Wat is belangrijker en wat weegt zwaarder? Het komen tot één indicator is een vraagstuk, dat zowel onderzoekers als praktijkmensen al sinds jaar en dag bezighoudt. Moeten alle effecten tezamen uitgedrukt worden in bijvoorbeeld monetaire eenheden, een welzijnsindex of een happiness-index?

Model

Hoewel de impact van organisaties steeds verschilt, zijn de manier waarop deze in kaart wordt gebracht en de keuzes die worden gemaakt in het denk- en meetproces heel vergelijkbaar. In de afgelopen jaren hebben wij heel wat ervaring opgedaan door te werken met verschillende organisaties. Al deze inzichten hebben mijn collega Kellie Liker en ik in een model gevat. Het model toont datgene wat je meet en op welk niveau je meet. Hoe je dat meet is sterk afhankelijk van de vraag waarom je meet.

Impact meten is niet alleen belangrijk om te ontdekken of de doelen behaald worden, maar ook om duidelijk te krijgen wat er beter kan. Het model kan gebruikt worden door organisaties om voorafgaand aan een meting samen met relevante partijen (bijvoorbeeld de stakeholders) de meting te ontwikkelen. Het model start met het duidelijk krijgen van de doelen van de meting. Deze doelen kunnen uiteenlopen van controleren, budgetteren, overwinningen vieren en motiveren tot promotie/marketing, evalueren, leren en verbeteren. Vanuit deze doelen wordt de meetvraag opgesteld. Dit kan een rapportagevraag zijn of een leervraag. Alleen in het geval van de leervraag wordt inzicht verkregen in de relatieve kosteneffectiviteit van een project, doordat een benchmark wordt gebruikt. Wanneer het doel van de evaluatie en de evaluatievraag duidelijk zijn, laat het model zien welk type effect gemeten moet worden om de impactvraag te beantwoorden (input, output, outcome, missie-impact, maatschappelijke impact). Achtereenvolgens kunnen de volgende stappen gezet worden:

- methode selecteren, bijvoorbeeld veldexperiment, perceptiestudie, most significant change stories;
- de indicatoren definiëren, bijvoorbeeld IRIS database, Millennium Development Goals (sinds september 2015 Sustainable Development Goals-



redactie TEO), indicatoren van het Global Impact Investment Network;

- het instrument om data te verzamelen bepalen, bijvoorbeeld technische metingen, interviews, survey's;
- de analyse vaststellen, bijvoorbeeld wel of niet statistisch.

Kansen

Het strategisch omgaan met impactdenken en impactmeten biedt gigantische kansen. Als we vanuit

Meer weten?

Raadpleeg dan het Dossier "Impact meten" van MVO Nederland (2015), met aandacht voor nut en noodzaak, een stappenplan en verschillende methodieken. Met input van Karen Maas, Edith Kroese (Avance) en Marijt Regts (Social Enterprise NL) en te vinden op www.mvo-nederland.nl Of ga naar de website www.impactmeten.nl, of vraag de brochure "Impact First! – Waarom meten moet, en hoe je dat doet" aan, in 2015 uitgegeven door Social Enterprise NL, via info@social-enterprise.nl

impactdenken starten en vervolgens ook de impact meten, kunnen we niet alleen laten zien welke impact wordt gerealiseerd maar ook, en misschien nog wel belangrijker, zien welke impact niet gerealiseerd wordt en leren wat er beter kan. Alleen dan kunnen organisaties de impact van hun activiteiten, producten en diensten verder verbeteren.

Dr Karen Maas is assistent professor bij de Erasmus School of Economics en directeur van de MVO-opleiding aan deze universiteit. Maas geldt in Nederland als de belangrijkste deskundige op het gebied van impactmeting. www.impactmeten.nl

**Dit artikel is eerder verschenen in P+ People Planet Profit, praktijktijdschrift voor maatschappelijk verantwoord ondernemen, juli-augustus 2014. De kop en inleiding zijn aangepast.*

Profiel

Groene Generatie

Steeds meer bedrijven willen verduurzamen. Investeren in onderwijs kan hen helpen dat proces te versnellen. En jongeren kunnen zich daarbij onderscheiden met hun moderne kennis en skills. Een heroriëntatie op onderwijs is noodzakelijk, want door onderwijs leren we als samenleving denken in duurzame oplossingen.



De Groene Generatie – als project ontstaan vanuit de Nationale Jeugd Raad (NJR) – zet zich in om onderwijs en politiek in beweging te brengen én te houden. Hierbij worden jongeren, bedrijven, docenten, maatschappelijke organisaties, onderwijsinstellingen en de politiek zelf betrokken.

Activiteiten

Wat doet de Groene Generatie zo al?

- Inventariseren van de vraag bij jongeren, bedrijfs-

leven en samenleving naar duurzaam onderwijs.

- Wetenschappelijk onderzoek (laten) doen daarvoor.
- Communiceren over de bevindingen.
- Ondersteunen van campagnes, zoals die van studenten om hun schoolbestuur met goede argumenten te overtuigen.
- Nieuws uit de praktijk verzorgen, o.a. via brochures, nieuwsbrieven en de website.
- Ontwikkelen van innovatieve producten en diensten op het gebied van duurzaam onderwijs. Zo heeft de Groene Generatie een gids voor duurzaam onderwijs, te vinden op www.toekomstbestendig.nl/gids Voor meer informatie kun je terecht op www.groenegeratie.nl

De impact van onderwijsprogramma's: via kennis en attitude, naar praktijk

Vrijwel niemand kan er meer om heen: impact. Het wordt te pas en te onpas gebruikt door allerlei soorten organisaties, op alle niveaus en binnen allerlei gremia. Maar wat is impact precies? Er bestaan veel definities van impact. Grofweg kan impact worden omschreven als “het effect van uw organisatie op de maatschappij op de sociale-, economische en milieu dimensie”.

Karen Maas en
Marjelle Vermeulen

Het meten van maatschappelijke impact is een relatief nieuw fenomeen. Het belang ervan wordt echter steeds meer herkend, niet alleen door non-profit organisaties, maar ook door het bedrijfsleven en de financiële sector. De impact-vraag is feitelijk relevant voor alle organisaties. De Nederlandse overheid heeft in 2016 bijna 26 miljard euro beschikbaar gesteld voor onderwijs. Je kunt je dan ook voorstellen dat het belangrijk is om inzicht te hebben in de impact van onderwijs. De overheid beoogt scholieren op te laten groeien tot zelfstandige jongeren die betekenisvol zijn voor de maatschappij. Maar wordt met deze 26 miljard euro bereikt wat het onderwijs beoogt te doen, en zijn er manieren om de beoogde impacts verder te vergroten?

Economieonderwijs

Laten we het proces van waarde-creatie eens toespitsen op het economieonderwijs. Welke impact wil een economiedocent realiseren? De missie van economieonderwijs kan grofweg gedefinieerd worden als ‘het stimuleren van economisch denken en handelen’. Door middel van kennisoverdracht (*kennis*) wil de economiedocent dat de houding ten aanzien van economisch denken en economische vraagstukken veranderd (*attitude*). Uiteindelijk hoop je als docent dat de leerlingen wat met de opgedane kennis zullen doen en dit zullen gebruiken in het dagelijkse leven, zowel privé als in werksituaties (*praktijk*). Echter, in dit proces dat loopt van *kennis* en *attitude* naar *praktijk*, zijn veel onzekerheden en assumpties. Immers, je gaat ervan uit dat de aangeleerde informatie beklijft, dat de leerling daadwerkelijk gestimuleerd wordt door economieonderwijs, én dat de leerling de opgedane kennis en inspiratie om zal zetten in actie. Je snapt dat de werkelijkheid weerbarstiger kan zijn. Daar komt nog eens bij dat economie méér is dan marktdenken alleen. Het vak economie omvat individuele beslissingen, de wederzijdse beïnvloeding

hiervan, en de beoordeling van het maatschappelijk resultaat (Van Dalen en Koedijk, 2012). Gedragseconomie is een belangrijk onderdeel hiervan. Kortom, economie gaat om mensen, en niet alleen over feiten en formules. Beslissingen die economen nemen, beïnvloeden de samenleving en daarmee de levens van vele anderen. De impact die je beoogt te creëren met economieonderwijs, is dus niet alleen kennisoverdracht, maar ook een verandering in houding en het omzetten van opgedane kennis in daden waar de hele samenleving van profiteert. Deze KAP (Kennis, Attitude, Praktijk)-benadering geldt overigens niet alleen voor economieonderwijs, maar voor de meest onderwijsprogramma's.

Er is nog maar weinig ervaring met het meten van maatschappelijke impact van het onderwijsprogramma's. Er zijn studies die aantonen dat onderwijs een positief effect heeft op well-being, mentale gezondheid en op baankans (Schuller et al, 2004). In zekere zin analyseren zij wat de impact van kennis op de praktijk is. Echter, over de impact van kennis op attitude, is weinig bekend. Juist deze tussenstap is heel belangrijk, omdat dit inzicht kan geven in de onderliggende processen en de knoppen waaraan gedraaid kan worden om de beoogde impact te vergroten (de zogenaamde ‘learning questions’ uit het model voor impact meten. (pagina 36). Zo kun je als docent of school beter sturen op een positieve impact. Maar waar moet de onderwijssector beginnen met het meten van maatschappelijke impact? Een mooie stap in de goede richting zou zijn om in partnerschappen samen te werken met andere sectoren en te leren van elkaar.

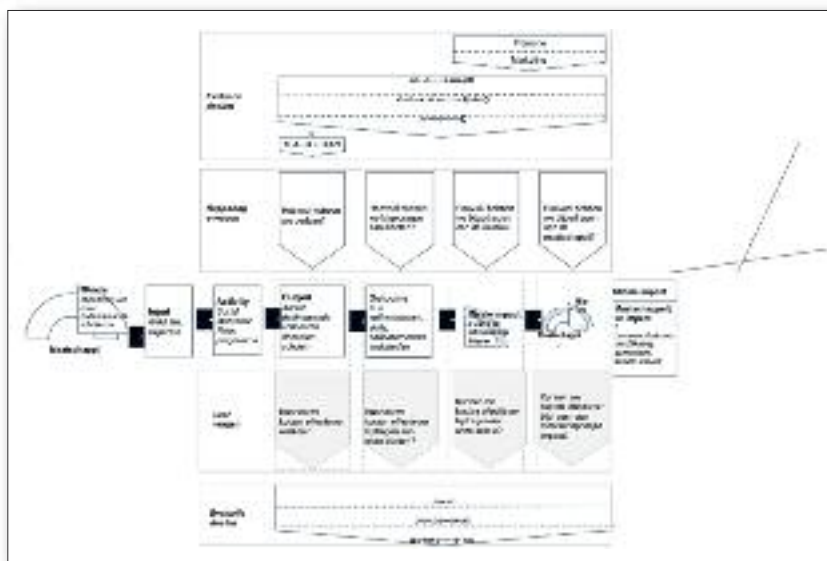
Nationale Nederlanden

We zien dat steeds meer partnerschappen worden gevormd waarin het bedrijfsleven, non-profit en overheden samen werken. Ook bij partnerschappen is het meten van- en sturen op impact van steeds groter belang. Enerzijds om zo de legitimiteit van het partnerschap aan te tonen, anderzijds om te leren van ervaringen en bij te sturen om de impact verder te vergroten. Een voorbeeld van een organisatie die haar partnerschap graag op impact wil beoordelen is Nationale Nederlanden.

Nationale Nederlanden heeft maatschappelijk programma's ontwikkeld die zich richten op het vergroten van (financieel) welzijn in de maatschappij. Eén van de maatschappelijk programma's van Nationale Nederlanden is een partnerschap met Junior Achievement Europe (JA Europe). In deze samenwerking is gezamenlijk de "Social Innovation Relay" (SIR) ontwikkeld. SIR is een gratis programma voor scholieren, die het vak Economie of Management & Organisatie op de middelbare school volgen. Iedere school kan diverse klassen, groepen leerlingen of slechts enkele leerlingen opgeven om mee te doen. Het programma wordt momenteel al in maar liefst tien landen uitgevoerd, en heeft tot doel scholieren te helpen bij het ontwikkelen van ondernemerschapsvaardigheden, die ze nodig hebben in hun onderwijsloopbaan en toekomstige carrière én om inzicht te krijgen in sociaal ondernemerschap. Als we het programma beschrijven aan de hand van impact model (pagina 36), ziet het er als volgt uit. Nationale Nederlanden investeert tijd en geld (input) in dit trainingsprogramma (activiteit), om zoveel mogelijk scholieren te laten participeren (output). Door deel te nemen wordt verwacht dat scholieren ten eerste meer kennis en ondernemersvaardigheden krijgen, wat ten goede zal komen aan het zelfvertrouwen van de scholieren. Ten tweede is het programma gericht op het vergroten van inzicht in maatschappelijke uitdagingen en de rol van (sociaal) ondernemerschap om daar oplossingsgericht een positieve bijdrage aan te leveren. Een verhoogd zelfvertrouwen én een meer ondernemende attitude zou de kans op een goede baan verhogen (outcome). Nationale Nederlanden hoopt zodoende op lange termijn bij te dragen aan de baankans van de scholieren, en daarmee het welzijn van de scholieren en de maatschappij (impact). Alleen al in 2016 is het programma uitgezet in tien landen en participeren 10.202 scholieren en 213 scholen. Een dergelijk groot programma, waarin veel geld wordt geïnvesteerd, maar ook tijd wordt ingezet van 150 werknemers van Nationale Nederlanden die als vrijwilliger betrokken zijn bij het programma, vraagt om een goede impactevaluatie. Nationale Nederlanden wil graag weten wat de impact is van dit programma en hoe dit verder versterkt kan worden.

Impactonderzoek

Het Impact Centre Erasmus (ICE) onderzoekt samen met Nationale Nederlanden de impact van dit programma. Enerzijds wil Nationale Nederlanden weten of ze hun doelstellingen bereiken. Anderzijds willen ze van de evaluatie leren, om zo in de toekomst beter te kunnen bijsturen om hun impact verder te vergroten. De overkoepelende vraag hierbij is of ondernemend gedrag aan te leren is. Of educatie leidt tot meer kennis en vaardigheden (kennis) is één vraag, maar even belangrijk is te analyseren of de houding van de scholieren ook veranderen (attitude). Binnen de tijdspanne van het



onderzoek is het moeilijk om te analyseren of de veranderde houding van scholieren daadwerkelijk worden omgezet in daden (praktijk), maar we kunnen wel analyseren of ze de intentie hebben om hun opgedane kennis om te zetten in daden. Het onderzoek voor Nationale Nederlanden is enkele maanden geleden van start gegaan en is nog in volle gang. Het meetmodel is ontwikkeld, de planning is gemaakt, de indicatoren zijn vastgesteld en de vragenlijsten zijn opgesteld. Over enkele maanden zullen de eerste kwantitatieve resultaten beschikbaar zijn. Mocht je hierin geïnteresseerd zijn kun je contact opnemen met de auteurs van dit stuk. Met dit onderzoek komt het meten van maatschappelijke impact van onderwijsprogramma's een stuk dichterbij. De resultaten zijn zeer waardevol voor onderwijsorganisaties, omdat de resultaten niet alleen informatie geven over wat werkt, maar ook over hoe het werkt. Zo kan het onderwijs zich niet alleen richten op het overdragen van informatie, maar kan het ook bewust sturen op het bekijken van informatie en op de verandering in attitude die deze kennis teweeg kan brengen. Op deze manier kunnen we de impact van onderwijs vergroten, en jongvolwassenen opleiden die van toegevoegde waarde zijn voor de maatschappij.

Dr. Karen Maas is wetenschappelijk directeur van het Impact Centre Erasmus (ICE). Drs. Marjelle Vermeulen is eveneens werkzaam bij het ICE.

Voor meer informatie over impactmeten: www.eur.nl/ice
Voor meer informatie over SIR: <http://www.sir.jaeurope.org/>

Referenties:

- Schuller, T., Hammond, C., Preston, J., Brassett-Grundy, A., & Bynner, J. (2004). The benefits of learning: The impact of education on health, family life and social capital. Routledge.
Van Dalen, J. & Koedijk, K. (2012). Nieuwe kijk op economie gevraagd. Visies op het economieonderwijs.
<http://www.mejudice.nl/docs/download/nieuwe-kijk-op-economie-gevraagd-pdf.pdf>.

Willemijn Verloop en Mark Hillen (Social Enterprise NL):

“Maatschappelijke impact first, daar gaat 't om!”

Het Nijmeegse Bakkerscafé Brood op de Plank, met een bakkerij en lunchroom, ontwikkelt mensen met een fysieke, verstandelijke en/of psychische beperking naar zelfstandigheid en werknemerskwaliteiten. Het Amsterdamse Tony's Chocolonely maakt 100% 'slaafvrije' repen en brengt zo de boeren boven de armoedegrens. Taxi Electric, ook uit de landelijke hoofdstad, rijdt zonder uitstoot van fijnstof, dat vermindert long- en andere aandoeningen van de stadsbewoners en helpt langdurig werkloze 50-plussers aan een baan als taxichauffeur. Alle drie zijn sociale ondernemingen. Een vorm van ondernemerschap, die – crisis of geen crisis – sterk in opkomst is. Reden voor een interview met Willemijn Verloop en Mark Hillen, oprichters en directeuren van ondernemersplatform Social Enterprise NL.

Hans Semeijn

Voor veel mensen lijken ‘sociaal’ en ‘ondernemen’ tegenstrijdige begrippen. Hoe komt dat volgens jullie? En wat is de meerwaarde van sociaal ondernemen?

“Voor de meeste ondernemingen staat financiële winst behalen, aandeelhouderswaarde creëren als doelstelling bovenaan. Bij sociale ondernemingen is het oplossen van maatschappelijke vraagstukken juist het startpunt. Denk bijvoorbeeld aan kwetsbare groepen op de arbeidsmarkt aan zinvol werk helpen, armoedebestrijding, lokale energietransitie of zorg-dichtbij-huis. Activiteiten en verdienmodellen worden daarop afgestemd. Maatschappelijke impact first, daar gaat 't om!”

Sales en marketing

Eind mei verscheen de Monitor Sociaal Ondernemen met de stand van zaken anno 2016. Groei, erkenning, successen, op weg naar volwassenheid. Een lijst met mooie rapportcijfers, zeg maar. Toch

lopen sociale ondernemingen tegen bepaalde obstakels aan, zowel intern als extern.

Het vinden van klanten wordt door 27% als belangrijkste obstakel genoemd voor het vergroten van de maatschappelijke impact. Je zou toch verwachten dat goede doelen klanten juist aanspreken?

“Iedere ondernemer wil graag meer klanten en meer omzet, meer omzet betekent bij sociale ondernemingen ook meer maatschappelijke impact. Sociale ondernemingen nemen een extra uitdaging op in hun businessmodel, ergens in de keten zitten hogere kosten, soms gecompenseerd door voordelen, soms niet. Als Tony's de boeren in Ghana meer betaalt, zal de reep ook iets duurder zijn. Niet iedere klant wil wat extra betalen. Sociale ondernemingen hebben hoge ambities, ze willen vaak meerdere maatschappelijke doelstellingen tegelijk realiseren. Dat maakt het vinden van 'het gat in de markt' extra moeilijk. Alhoewel de betrokkenheid en bewustwording van klanten, vooral bedrijven en consumenten, over hun doelen en activiteiten toeneemt, hebben sociale ondernemingen het gevoel dat hun product of dienst meer onder de aandacht van potentiële klanten moet worden gebracht. Daarvoor is meer verkooptalent en meer geld voor marketing nodig.”

Van oudsher is het verkrijgen van financiering een knelpunt voor (de groei van) sociale ondernemingen. Nu blijkt uit de monitor dat financiering minder als obstakel wordt ervaren, terwijl bijvoorbeeld banken sinds de crisis steeds minder lenen aan het mkb. Hoe zit dat?

“Door hun oriëntatie op maatschappelijke doelen lopen sociale ondernemingen vaak op tegen muren van onbegrip bij 'gewone' banken. Toch halen ze steeds meer geld binnen via crowdfunding en van particuliere impact investors. Sommige banken zoals de Triodos en de ABN AMRO hebben toegespitste fondsen. Ook ontstaan aparte investeringsfondsen. Zo is bijvoorbeeld via Social Impact Ventures €30 miljoen risicokapitaal beschikbaar voor sociaal ondernemers. Overigens zie je dat 'gewone' banken, zoals de ING, door de concurrentie zich op die markt gaan begeven.”

Gemeente als obstakel

Nog even een ander obstakel: de overheid, en dan vooral de lokale overheid. Meer dan 1 op de 5 sociale ondernemingen ondervindt problemen in hun relatie met gemeenten.

**Willemijn Verloop en
Mark Hillen**



Wat zijn die problemen? En geldt dat voor alle gemeenten?

“Sociale ondernemingen pakken vaak maatschappelijke vraagstukken op die de gemeente ook belangrijk vindt. Sociaal ondernemers zijn dan business partner van de gemeente, maar die hebben dan te maken met verschillende gemeentelijke afdelingen. Gebrek aan afstemming en coördinatie maakt zaken doen met de gemeente voor sociaal ondernemers vaak lastig. Alhoewel gemeenten het belang van sociale ondernemingen als broedplaats voor innovatie en bijdrage aan sociale samenhang in buurten en wijken erkennen, hebben ze nog nauwelijks beleid ontwikkeld met betrekking tot sociaal ondernemerschap. Voor een deel is het nog onbekendheid. Voorlopers als Utrecht en Amsterdam zoeken naar mogelijkheden en beperkingen op dat vlak.

Tevens merk je dat sociaal ondernemers die zich richten op re-integratie van werklozen of mensen met een beperking de gemeente dikwijls als obstakel ervaren. Door decentralisatie en de nieuwe Participatiewet moeten gemeenten eerst beleid ontwikkelen, terwijl sociale ondernemers snel aan de slag willen met de doelgroep.”

Maatschappelijke vennootschap

“Ook het gemeentelijk aanbesteding- en inkoopbeleid is niet altijd even vriendelijk voor sociale ondernemers. Alhoewel het kabinet beweert dat gemeenten ‘maatschappelijke doelen’ of kwaliteit kunnen meewegen in de gunningsprocedure, is de praktijk anders en weerbarstiger. De laagste prijs is nog vaak dé norm. Voor sociaal ondernemers in de zorg speelt daarbij nog een extra probleem. Gemeenten mogen alleen zaken doen met organisaties zonder winstoogmerk. Het zou hen en andere sociaal ondernemers enorm helpen als er een aparte juridische vorm voor sociale ondernemingen wordt ingevoerd: de maatschappelijke coöperatie of BV – de BV-m.” 1) Bij het bereiken van maatschappelijke doelen wordt ‘meten is weten’, impactmeting steeds belangrijker. Zowel voor klanten, leveranciers en werknemers als voor overheden. Herkenning, erkenning en professionalisering van sociaal ondernemen is zichtbaar, merkbaar. Met de jaarlijkse Social Enterprise Monitor, het verkennend SER-advies (mei 2015) en de kabinetsreactie op dat advies (juli 2016).

Aanbeveling SER over onderwijs:

“Meer aandacht besteden aan sociaal ondernemerschap in het reguliere onderwijs: meer aandacht voor maatschappelijke uitdagingen in het ondernemerschapsonderwijs en meer aandacht voor ondernemerschap bij maatschappelijke stages en maatschappelijk georiënteerde opleidingen”

Uit: “Sociale ondernemingen: een verkennend advies” (SER, mei 2015).



Hoe zien jullie je rol als organisatie in de toekomst? Wat is er nodig om sociaal ondernemen mainstream te laten worden?

“Dat advies en de kabinetsreactie zijn belangrijke opstakers. Het is een begin, maar er is meer nodig. Naast voorwaarden scheppen, obstakels wegnemen zien we de huidige sociaal ondernemers als rolmodellen en voorlopers van het nieuwe ondernemen. Opschalen en versnellen, nieuwe verdienmodellen ontwikkelen.”

Als een soort olievlek?

(Oeps, foute woordkeus! – HS) “Ja, als een soort vliegwieltje, zodat sociaal ondernemen gewoon wordt.”

Hoe zien jullie in dat verband de rol van het onderwijs?

“Sociale ondernemingen – en wij ook – werken bij onderwijs en onderzoek veel samen met millennials. Mensen van hogescholen en universiteiten, die impact willen realiseren vanuit het perspectief ‘wat kan mijn bijdrage zijn’. Sommigen hebben een bedrijfseconomische achtergrond, maar de meeste (volgen) een opleiding sociale wetenschappen of juist ‘planet’ studies of techniek.

Het starten of in het onderwijsprogramma opnemen van sociaal ondernemen, zoals de Oxford Social Entrepreneurship School, lijkt me aardig.”

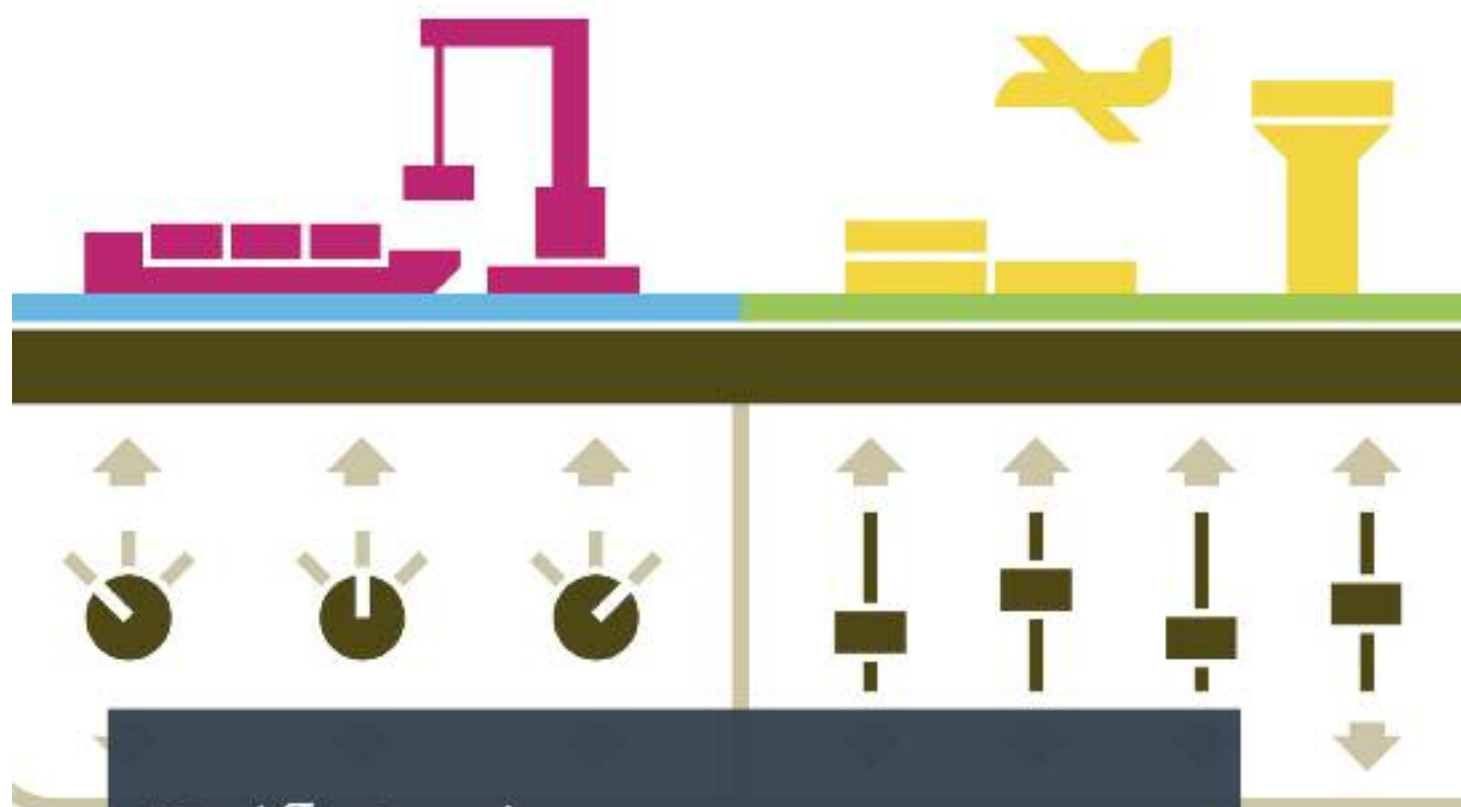
1) Social Enterprise heeft hierover een brochure uitgebracht: “BV-m, de sociale onderneming op weg naar het Burgerlijk Wetboek”, februari 2016.

Meer weten of lezen?

Op de site www.social-enterprise.nl kun je meer informatie vinden over sociaal ondernemerschap, waaronder de Social Enterprise Monitor 2016, nieuwsbrieven en brochures. Verder lezen?

- *Verbeter de wereld, begin een bedrijf- hoe social enterprises winst voor iedereen creëren.* Willemijn Verloop en Mark Hillen, ISBN 9789047006589, Uitgeverij Business Contact, Amsterdam/Antwerpen, 2013, 174 blz.
- *Iedereen werk, iedereen winst. Hoe sociale firma's een inclusieve economie creëren.* Mark Hillen. ISBN 9789492004123, War-den Press, Amsterdam, 2014, 132 blz.

social
enterprise



Delfi-tool Draai zelf aan de knoppen van de economie

Met de Delfi-tool zie je direct de gevolgen van
ontwikkelingen in de economie – delfi.dnb.nl

DeNederlandscheBank

EUROSYSTEEM



Share: kansen en uitdagingen van de deeleconomie,

Pieter van de Glind en Harmen van Sprang, ISBN

9789047007746, Business contact, Antwerpen/

Amsterdam, 2016.



Deeleconomie, van 'bezit' naar 'toegang hebben tot'

Recentelijk is een inventariserend boek verschenen waarin bedrijfstakken bekeken zijn op (nieuwe) initiatieven op het gebied van deeleconomie. De deeleconomie omvat o.a. het gebruik door meerdere personen van een (doorgaans) duurzaam goed, zoals de auto, machines, huizen enz. Dit kan bestaan uit (tweedehands) kopen, gebruiken, lenen of huren. De bezitter is hierbij bereid om zijn product of dienst tegen betaling te laten gebruiken door meerdere consumenten. Dat betekent vaak kostenbesparing voor de consument en een efficiënter gebruik van materialen, grondstoffen en energie.

Internet

Aanbieders en gebruikers van goederen en diensten kunnen elkaar middels internet gemakkelijk vinden. In feite zien we hier een herhaling van het vroeger zo vaak voorkomende verschijnsel van directe ruil, d.w.z. ruil zonder tussenkomst van een bedrijf, geld, intermediair of leverancier. Traditionele marktplaatsen (bedrijven) waren gebonden aan een fysieke locatie en openingstijden, terwijl online marktplaatsen 24 uur per dag voor iedereen toegankelijk zijn. Vraag en aanbod komen aldus dichter en sneller bij elkaar en verlaagt dus transactiekosten. Feitelijk wordt de bestaande capaciteit beter benut, zodat hier een relatie is met duurzaamheid. Dat vereist wel een zeker vertrouwen in de leverancier/verhuurder. Daartoe is een systeem van reviews, verificatie en een koppeling gelegd met sociale media. Het bekendste voorbeeld is de website markpaats.nl, waar burgers (tweedehands) producten te koop aanbieden.

Het boek bevat een grote opsomming van voorbeelden van technische en communicatie-ontwikkelingen, die de deeleconomie mogelijk maken. Zoals bijvoorbeeld muziek: vroeger te koop op LP en CD, tegenwoordig te beluisteren op Spotify en Apple Music via internet. Bezit verandert in toegang hebben tot. De energiemarkt is veranderd door Vande Bron. Dit bedrijf levert de consument echt groene energie van een duurzame producent. Via Peerby kunnen mensen op zoek gaan naar te lenen apparaten in hun buurt. Via Snappcar kan de niet-autobezitter een auto lenen van een autobezitter in zijn buurt. De taxiwereld ondervindt concurrentie van Uber, een peer-to-peer vervoerssysteem.

Bij Uberpop kan een particulier een taxidienst aanbieden; inmiddels verboden door de Nederlandse rechter. Het monopolie van de taxiwereld op privé-personenvervoer verandert daardoor.

Accommodatie van particulieren bestaat sinds 2008 via Airbnb, een bed and breakfast concept. Reizigers

kunnen aldus kamers en appartementen benutten die tijdelijk leeg staan. Inmiddels 60 miljoen gasten (ook voor zakelijke reizigers) en 2 miljoen accommodaties, dus een grote concurrent voor het hotelweten. Klanten kunnen hun ervaringen delen middels Tripadvisor, zodat een review/verificatie systeem de betrouwbaarheid transparant maakt.

Ook flexibele werkplekken worden verhuurd via deelstoel.nl, Desks Near Me en LiquidSpace.

Soms maken bedrijven een koppeling met de deeleconomie. Zo kun je bijvoorbeeld als klant van Albert Heijn gebruikmaken van de mogelijkheid om maaltijden te bestellen via een groot beeldscherm bij Thuisafgehaald. De arbeidsmarkt voor diensten verandert ook: via sommige websites kan een consument direct opzoek naar mensen voor klusjes in huis, de hond uitlaten, schoonmaken, apparaten repareren en voor eenvoudige vormen van gezondheidszorg/thuiszorg (nlvoorelkaar.com en Buurtzorg Nederland). Ook kennis is goed toegankelijk via internet, zowel theoretische/academische als praktische kennis (bijvoorbeeld bouw instructies en gebruiksaanwijzingen). Massive Open Online Courses (MOOC's) vanuit bijvoorbeeld de Stanford University of via de Universiteit van Nederland geeft de student thuisonderwijs, terwijl Wikipedia een groot bestand aan feitenkennis heeft. Bankieren gaat steeds vaker via peer-to-peer online systemen, zowel betalen als lenen. TransferWise boekt geld internationaal over met omzeiling van banken, betalen kan via de mobiele telefoon, met de bitcoin als digitale geldeenheid. Geld ophalen voor een specifiek zakelijk- of privédoel gaat via crowdfunding. (in ons land in 2015 123 miljoen euro). Ook op het gebied van verzekeren zijn dergelijke initiatieven waar te nemen.

Beoordeling

Hoewel het boek makkelijk leest, volledig lijkt en een heldere indeling heeft zijn er enkele storende zaken. Allereerst de vele herhalingen van begrippen en onderwerpen; het onderwerp 'autodelen' wordt wel 10 keer vermeld, de begrippen efficiency en duurzaamheid tientallen keren. Zo bezien had het boek een derde van haar omvang kunnen missen zonder afbreuk te doen aan de inhoud. Verder is er het feit dat de auteurs geen onafhankelijke waarnemers/rapporteurs zijn, maar actief en beroepsmatig participeren in de deeleconomie: het zijn de oprichters van sharenl.nl, het (netwerk) platform voor deeleconomie. Mij viel op dat er een beroepsmatige vertekening van de werkelijkheid is; er mislukt kennelijk nooit iets, zijn alle aanbieders betrouwbaar en zouden er milieuvoordelen zijn door gezamenlijk gebruik van duurzame goederen. Dit is nog maar de vraag; als mensen met een smalle beurs geen auto kopen, maar er een delen zou de milieuwinst wel eens negatief kunnen zijn. Het jaarlijkse landelijke autogebruik stijgt dan immers. De auteurs hebben soms een onrealistisch optimisme.

Alphons F. Mantel

Kansen in de circulaire economie

Over de noodzaak van de circulaire economie is weinig discussie nodig. Tal van crises maken duidelijk dat de 'take, make, waste economy' in snel tempo uit de rails loopt en dat een omslag naar een circulaire economie even logisch als onvermijdelijk is. Een economie die geen waarde onttrekt, maar waarde creëert – ecologisch, sociaal en financieel. In deze circulaire economie worden grondstoffen en producten maximaal benut. Van hergebruik tot hoogwaardige recycling.



Antoine Heideveld

De circulaire economie is een lonkend perspectief, zowel voor bedrijven, voor ketens, voor burgers en consumenten als voor de overheid. In dit artikel schets ik de achtergrond van de circulaire economie (waarom werken we er eigenlijk aan), de toepassingen bij bedrijven en verschillende business modellen.

Achtergrond

We bevinden ons als mensheid in een periode van grote transformatie. Kern hiervan ligt in de verwachting dat we naar een wereldbevolking van

bijna tien miljard mensen in 2050 gaan, die allemaal willen eten, drinken en een dusdanige welvaart willen hebben dat zij zelf en hun kinderen een goed leven kunnen leiden. Het huidige economische en financiële stelsel zoals we dat kennen voldoet niet meer voor de maatschappelijke uitdagingen waar we voor staan.

Het huidige economische systeem is gebaseerd op het take, make and waste systeem, waarbij we van alles uit de grond halen maar niet voor vervanging zorgen en niet zorgvuldig met de grondstoffen omgaan. Hiermee zijn we hard op weg om het voor toekomstige generaties erg moeilijk te maken welvarend te zijn. Sommige grondstoffen raken op, andere zijn moeilijker te winnen, met afname van biodiversiteit tot gevolg. Afgezien van het probleem van schaarste leidt het gebruik van sommige grondstoffen - waaronder fossiele brandstoffen - tot een opwarming van de aarde en oceanen, waar

Figuur 1



door we als mensheid ook nog het voortbestaan van onze soort in gevaar brengen. Kortom, het voortzetten van de huidige economie, met als uitgangspunt het maximaliseren van consumptie en daarmee materiaalgebruik, is niet langer houdbaar. Circulaire economie vormt een aantrekkelijk alternatief, met grote economische kansen en daarnaast een positieve impact op zowel sociaal als ecologisch kapitaal. Een circulaire economie is een economisch systeem met volledige herbruikbaarheid van producten, componenten en grondstoffen en het behoud van natuurlijke hulpbronnen in een robuust ecosysteem. Het is de basis voor een betere vraag-aanbodverhouding van grondstoffen in de toekomst. In de circulaire economie zijn ketens gesloten en optimaal ingericht, onder meer door het circulair ontwerpen van producten en processen (uit De Nationale Wetenschaps Agenda, stroom 12, circulaire economie).

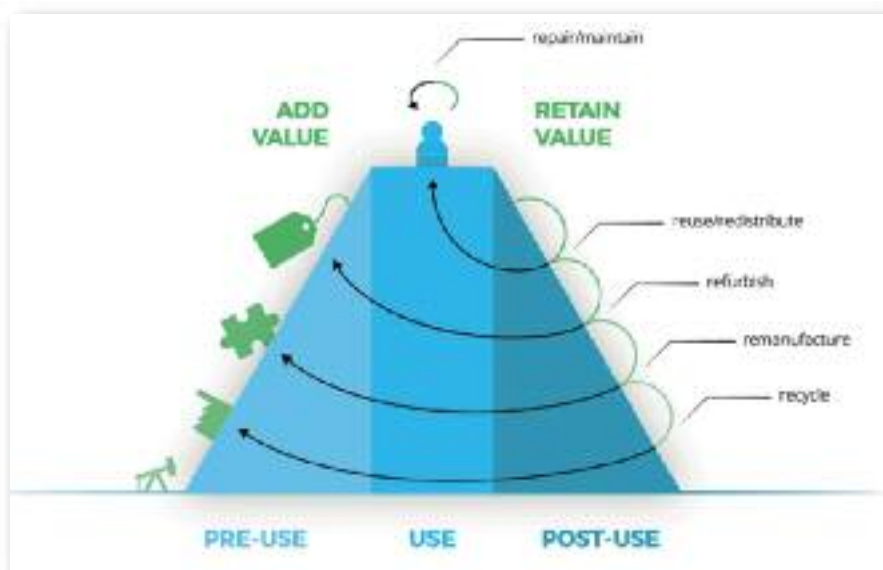
Groeipotentie

De economische potentie van circulaire economie is voor Europa becijferd op \$ 380 miljard per jaar, met een vergezicht naar \$ 630 miljard per jaar¹. Daarnaast kan een circulaire economie 600 miljoen ton toekomstige CO₂-uitstoot vermijden en de bestaande CO₂-uitstoot met 450 miljoen ton reduceren – totaal +/- 20% van de Europese uitstoot. Europees zorgt een circulaire economie tevens voor een groei in het BNP door een reductie van grondstoffenimport, en daarmee voor honderdduizenden extra banen². Voor Nederland is een potentie van € 7,3 miljard per jaar berekend, en een creatie van 54.000 banen³.

Circulaire economie en bedrijven

Op nationaal en internationaal niveau investeren steeds meer bedrijven in circulaire producten. Deze bedrijven zien in dat circulair ondernemerschap de waarde van producten zo lang mogelijk op een zo hoog mogelijk niveau houdt. Zie zien hierbij kansen om zowel sociale, financiële als ecologische waarden te creëren.

Kern op het niveau van producten is zó te ontwerpen dat de consument producten langer kan gebruiken en dat de producten eenvoudig te repareren zijn. En dat grondstoffen in de producten na gebruik eenvoudig opnieuw zijn te benutten, met een zo groot mogelijke waarde. Dit betekent onder meer dat bijvoorbeeld lampen zo ontworpen moeten worden dat ze na gebruik eenvoudig uit elkaar te halen zijn, liefst niet in de oorspronkelijke grondstoffen maar bijvoorbeeld de hele fitting, zodat die opnieuw kan worden gebuikt. Op die manier blijft zowel de waarde van de grondstoffen als de waarde van de arbeid in die producten behouden. Dit betekent ook dat sectoren die in de huidige economie gescheiden zijn, bijvoorbeeld designers van producten en afvalbedrijven, plotseling van elkaar afhankelijk zijn. Een afval bedrijf kan immers



Figuur 2

het beste hoogwaardig recyclen als de designer van producten de producten zo heeft ontworpen dat grondstoffen opnieuw zijn te gebruiken zonder al te veel handelingen. Hierdoor kan er een waardeketen ontstaan waarbij bedrijven uit geheel verschillende ketens intensief samenwerken. Schematisch ziet dit er als volgt uit (zie figuur 2).

Essentieel hierin is de samenwerking tussen partijen die oorspronkelijk in een heel andere keten werkten. Hierdoor ontstaan er ook kansen voor bijvoorbeeld logistieke partijen om grondstoffenregie in ketens op te gaan pakken.

Levensduur

Een ander essentieel onderdeel is het business model. Een voorbeeld hiervan is de overgang naar performance based. In de huidige economie verkopen producenten het liefst zo veel mogelijk producten. Een lange levensduur is hierbij niet in het belang van producenten. Ook hebben producten hierbij geen grip op de waardevolle grondstoffen in de producten. Modellen gericht op productoptimalisatie genereren waarde tijdens de gebruiksfase van producten. De kern van deze strategie ligt in een verschuiving van bezit naar gebruik: 'product-as-a-service'.

Hierbij blijft de producent eigenaar van de producten en verleent diensten om de levensduur hiervan te verlengen. Dit houdt in dat de producent ook tijdens de gebruiksfase van het product hieraan verdient en grip houdt op de kostbare grondstoffen die hierin zijn verwerkt. Dit moedigt een bedrijf aan om producten te ontwikkelen met een lange levensduur. Niet meer de initiële verkoop is van belang, maar hoe lang een product meegaat telt. Deze benadering maakt het ook mogelijk om de levensduur van nog lineair ontworpen producten te optimaliseren, bijvoorbeeld door onderhouds- en reparatiediensten aan te bieden of extra onderdelen te leveren die de levensduur verlengen.

Een aantal voorbeelden, zowel van start ups, MKB bedrijven als multinationals

Mud Jeans maakt hippe jeans met statiegeld. Zo krijgt Mudjeans de oude jeans weer terug, waarvan ze weer nieuwe producten met een hoge waarde kan maken. Veel bestaande modebedrijven hebben een verdienmodel gebaseerd op “fast fashion”. Snelle verkoop, kort gebruik, en weer een nieuwe koop. Mud Jeans doet dit anders en heeft een model ontwikkeld waarbij het van groot belang is dat de grondstoffen van de Jeans weer terugkomen bij het bedrijf.

De Fairphone 2 is een smartphone die zo is ontworpen dat een consument deze zelf uit elkaar kan halen om onderdelen te vervangen. Op deze manier hoeft niet de hele telefoon vervangen te worden, maar alleen de ‘module’ die aan vervanging toe is. Deze modules verkoopt Fairphone via hun webshop, waardoor het aan verlenging van de levensduur verdient. Bij de productie zijn ook keuzes gemaakt in gebruik van materialen en bronnen, zoals bijvoorbeeld hernieuwbare bronnen, ‘bio-based’, biologisch afbreekbaar, minder intensief materiaal, of oneindig recyclebaar.

Philips stapt over op Circular Lighting. Hiermee verandert niet alleen de lichtconsumptie, maar breekt het ook met een oude manier van zaken doen. Niet langer staat bezit centraal, maar het gebruik. Consumenten nemen niet langer producten af die licht geven, maar alleen het licht zelf. Dit heeft grote voordelen: de consument investeert niet in apparatuur, ze neemt alleen licht af. De verantwoordelijkheid voor beheer, onderhoud en innovatie ligt bij Philips. De consument heeft dus minder zorgen. Onder beheer valt ook het gehele financiële traject. Circular Lighting betekent ook het maximale hergebruik van lampen en zoveel mogelijk behoud van grondstoffen. Het mooie van dit voorbeeld is dat een lange levensduur van lampen en het behoud van grondstoffen nu zowel in het belang van de consument als van Philips is. En zowel in het belang van werkgelegenheid als van het milieu en de natuur. Philips heeft nu een aantal grotere projecten met deze manier van werken afgerond, zoals de verlichting van Schiphol. De volgende stap is om dit in de standaard trajecten toe te passen.

Aan de slag

Uit de voorbeelden en uit de praktijk bij andere bedrijven blijkt dat het toepassen van de circulaire economie zowel financiële, sociale als ecologische voordelen oplevert. Toepassing is echter niet eenvoudig, omdat het hele business model van een bedrijf op de kop gaat. Dit vergt vele aanpassingen bij bedrijven, zowel in technieken, design, business model en cultuur in een organisatie. Op macro schaal vergt de circulaire economie omschakelingen in manieren van het meten van economische groei, in afvalwetgeving en vele andere zaken. Kortom, we staan slechts aan het begin van een verandering richting de circulaire economie. De mooie voorbeelden zijn er, maar een volgende stap is nodig. Een volgende stap waarin economen, zowel op micro, meso als macro schaal een essentiële rol te vervullen hebben. Wil je deze rol oppakken? Ben je geïnteresseerd in het geven van onderwijs over de circulaire economie? Neem contact op en we kijken of we samen een stap kunnen zetten. www.hetgroenebrein.nl

Antoine Heideveld is directeur van wetenschappersnetwerk “Het Groene Brein”.

¹ **Ellen MacArthur Foundation (2013) Towards the Circular Economy 1.**

² **European Commission (2016) Closing the loop: New circular economy package briefing**

³ **TNO (2013) Kansen voor de circulaire economie in Nederland**

Keuzeonderwerpen over het thema

Het thema ‘Van globaal naar lokaal’ biedt talloze mogelijkheden - als illustratie en actualisering of als keuzeonderwerp binnen het schoolexamen - extra aandacht te besteden aan de volgende (of andere) onderwerpen:

- globalisering, internationalisering (voordelen, nadelen; opkomst van nieuwe (industrie-)landen; handelsblokken; rol van handelsverdragen zoals TTIP en CETA; Sustainable Development Goals (SDG's) en ontwikkelingssamenwerking);
- bedrijfseconomische redenen, gevolgen voor outsourcing, offshoring;
- gedragseconomie en bewust duurzaam consumeren (psychologie, marketing, rol keurmerken);
- e-commerce, online marketing; webwinkels en gevolgen voor fysieke retail, winkelcentra;
- maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO),

- integrated reporting (ondernemingsjaarverslag);
- sociaal ondernemerschap (algemeen; ondernemingsplan);
- de coöperatie als rechtsvorm (met actuele toepassingen zoals energie-, zorg- en buurtcoöperatie);
- deeleconomie – van bezit naar gebruik: voordelen, nadelen; gevolgen voor bestaande bedrijven, wetgeving;
- alternatieve vormen van financiering, zoals crowdfunding en kredietcoöperatie (‘ontbanking’);
- circulaire economie (algemeen maatschappelijk; business modellen), afval en recycling;
- lokale voedselinitiatieven, zoals boerderijwinkels en stadslandbouw;
-

Lokaal en vers bij de boerderijwinkel

Op het platteland lijken boerderijwinkels als paddenstoelen uit de grond te schieten. Waar eerst in het oogstseizoen de asperges, aardbeien, appels en peren in een kraampje langs de weg werden verkocht, zie je op dit moment heuse winkels of automaten waar het hele jaar rond lokale producten worden aangeboden. Maar boerderijwinkels openen ook hun deuren in de stad. In dit artikel gaat het over vraag en aanbod van lokale producten en hoe boeren en andere slimme ondernemers hierop inspelen.



Joyce Dost

Het is een feit, er is op dit moment meer vraag naar lokale producten dan zeg maar tien jaar geleden. De groeiende vraag naar lokale en/of streekproducten heeft verschillende oorzaken.

In de gastronomie is onder invloed van bekende koks, zoals bijvoorbeeld de populaire kok Jamie Olivier, een trend ontstaan in het werken met echte streekproducten en verse lokale producten. Met streekproducten worden voedingsmiddelen bedoeld die met een specifieke naam in een bepaalde streek gemaakt worden. Bijvoorbeeld Parma ham uit Parma (Italië) of Goudse kaas uit Gouda. Streekproducten staan voor betrouwbaar en verfijnd. Lokale producten voor betrouwbaar en vers. Daarnaast zijn consumenten zich steeds meer bewust van de ecologische voetafdruk. Steeds meer consumenten houden bewust rekening met het milieu, ze willen niet meer verspillen dan past bij hun levensstijl. Dankzij de Europese wetgeving weten consumenten dat de sperziebonen uit Egypte komen en de biefstuk uit Argentinië. Het vervoer van deze producten is in de ogen van de consument een aanslag op het milieu. Daarom is de consument op zoek naar kortere keten. Lokale producten sluiten aan bij het idee van kortere ketens en maatschappelijk bewust consumeren. Ook is er veel aandacht voor gezonde voeding. Na een aantal affaires in de voedingsmiddelen industrie is de vraag naar vers en onbewerkt voedsel toegenomen. Ook hier sluiten lokale producten prima bij aan.

De crisis

Tenslotte speelde de crisis een rol in de groeiende vraag naar lokale producten. In tijden dat het economisch minder gaat, heeft de consument hang naar de veilige haven. Nergens voelt men zich zo beschermd en veilig als thuis. Om dat gevoel te bevestigen neemt de consument de toevlucht tot lokale producten. Ze willen weer brood van de bakker, groente bij de groenteboer en gaan het liefst naar de buurtsuper. In tijden dat het economisch minder gaat is dat een natuurlijke reflex. In dit ge-



val zorgt deze reflex voor extra vraag naar lokale producten.

Marketing of financiële noodzaak

De vraag is nu; zijn boeren goede marketeers die inspelen op de vraag van de markt, of zijn er andere factoren. Uit onderzoek van de Wageningen Universiteit (WUR) blijkt dat de sterke groei van boerderijwinkels tweeledig is. Zonder de vraag had de groei niet plaats kunnen vinden. Vooral de boerderijwinkels in de stad en de kernen van dorpen zijn ontstaan door deze vraag. Op deze winkels kom ik verderop in het artikel terug. Aan de andere kant bestaat de zogenaamde 'verkoop aan huis'. Daar waar vroeger in het oogstseizoen een kraampje langs de weg stond met aardbeien of kersen zie je bij de boer aan huis steeds vaker verkoop van lokale producten het hele jaar rond. Boeren doen dit om de vaak kleinschalige bedrijven, die in Nederland gebruikelijk zijn, in stand te houden. Met behulp van alternatieve inkomsten heeft ook kleinschalige landbouw een toekomstperspectief. Boeren verbreden niet alleen met verkoop aan huis (boerderijwinkel), maar ook met bijvoorbeeld zorg of recreatie. Hierdoor is een alternatieve agrarische sector ontstaan.



Landelijk gebied en multifunctionele landbouw

Door regelgeving is het voor boeren steeds moeilijker om hun bedrijf te laten groeien. Ook is er een enorme druk op de prijzen. Veel boeren verkopen tegen kostprijs. Hierdoor zijn de bedrijven onvoldoende winstgevend en komt de continuïteit van bedrijven in gevaar. Daarom zoeken steeds meer boeren naar alternatieve inkomstenbronnen. In Nederland is op deze wijze een heuse sector van multifunctionele landbouw ontstaan met in 2013 al 12.800 bedrijven. Multifunctionele landbouw is een verzamelbegrip voor bedrijven, die hun agrarische productie combineren met het leveren van diensten aan de samenleving zoals zorglandbouw, boerderijeducatie, boerderijwinkels/korte ketens, agrarische kinderopvang, agrarisch natuurbeheer en agrotoerisme.

In multifunctionele landbouw gaat ongeveer een half miljard euro omzet per jaar om. De omzet is tussen 2007 en 2013 met ruim 60% toegenomen tot €491 miljoen. Zonder agrarisch natuurbeheer, waar subsidies bepalend zijn voor de omzet, is de groei bijna 80%. En er is meer potentie. Naast boeren die zoeken naar alternatieve inkomsten zie je dat het landelijke gebied in Nederland steeds meer een recreatieve functie krijgt. Burgers/consumenten zoeken naar rust, ruimte en ontspanning in het landelijke gebied. Doordat boeren alternatieven aanbieden krijgt de burger/consument de kans om bij de boer op het erf te kijken. Daarom verbetert de multifunctionele landbouw de relatie tussen de boer en burgers/consumenten. Dankzij de multifunctionele landbouw wordt het landelijke gebied aantrekkelijker voor de burgers en stijgt de waardering voor het landelijke gebied en de werkzaamheden die op de boerderij worden verricht. In het aanbod van multifunctionele bedrijven is wel

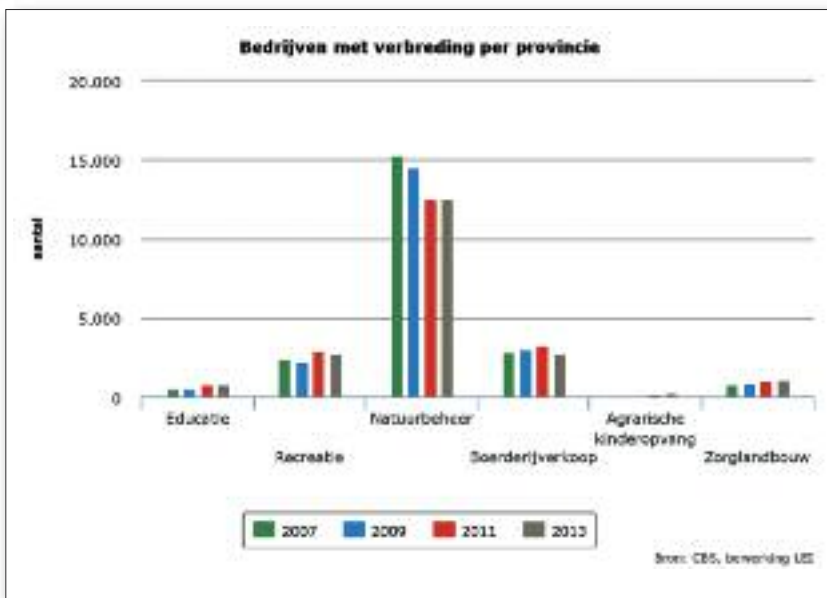


een verschuiving zichtbaar. Het totaal aantal multifunctionele bedrijven is gedaald. Naast bedrijven die helemaal zijn gestopt met agrarische activiteiten, speelt hier voornamelijk een nauwkeurigere hantering van de definities mee. Voor boerderijwinkels geldt bijvoorbeeld dat verkoop via winkels van anderen, waaronder webwinkels van anderen niet meer wordt meegenomen in de telling. In de grafiek is af te lezen dat natuurbeheer de meest voorkomende alternatieve activiteit is. Daarnaast groeit het aantal bedrijven met zorglandbouw en kinderopvang.

Soorten boerderijwinkels

Er zijn verschillende soorten boerderijwinkels. De in onderzoeken gehanteerde definitie voor boerderijverkoop is de directe afzet van een boer aan consumenten, catering, instellingen en horeca. Leveringen via een tussenschakel (ook wel korte keten genoemd), bijvoorbeeld levering aan (web)winkels of pakket- en abonnement diensten, vallen hier buiten. Dit is ook de reden waarom het aantal boerderijwinkels in de afgelopen paar jaar iets lijkt te zijn afgenomen. Terwijl in de korte keten, waar geleverd wordt via een winkel in de buurt, een webwinkel of bezorgservice, een groei te zien is.

Als je naar boerderijwinkels kijkt volgens de definitie zijn er een vijftal soorten boerderijwinkels te onderscheiden. Van het totaal aantal landbouwbedrijven in Nederland in 2013 (67.481) waren er 2.720 met boerderijverkoop. Daarvan waren er 1.450 met een boerderijwinkel en 750 met een stalletje aan de weg, 100 met een kraam op de markt. Daarnaast leveren 160 boeren direct aan huis en 260 direct aan catering, instellingen en horeca. De totale omzet bedroeg 142 miljoen euro. Nieuw is de vervanging van de marktkraam langs de weg voor een automaat waaruit het versproduct gehaald kan worden. Hier zijn nog geen cijfers van beschikbaar. De omzet in boerderijwinkels is met 20% toegenomen naar 118 miljoen euro in 2013. De groei is het gevolg van verdere professionaliseren in deze sector. Je ziet steeds meer complete winkels waar verschillende versproducten van agrariërs uit de regio worden aangeboden. Hierdoor ontstaan professionele verswinkels in het landelijk



Wat doet de VECON voor je?

De VECON is de vereniging van docenten in de economisch-maatschappelijke vakken en in de economische beroepsgerichte vakken. Met de VECON kun je de ontwikkelingen in je vak te volgen door:

- het tweemaandelijks vakblad "Tijdschrift voor het Economisch Onderwijs" (TEO, 116e jaargang);
- de website / communicatieplatform www.vecon.nl met nieuws, agenda plus links naar scholingsbijeenkomsten, eigen activiteiten, kennisbank, leermiddelen en fora;
- de digitale nieuwsbrief met recent nieuws;
- delen van kennis en ervaringen via de kennisbank, en discussie via fora en sociale media zoals Facebook en twitter;
- bijeenkomsten over vakinhoud, didactiek en veranderingen daarin.

Examens

Direct na de schriftelijke centrale examens in de economische vakken houdt de VECON speciale bijeenkomsten in het land. Zo worden voor HAVO/VWO-docenten examenbesprekingen georganiseerd, met daarnaast een forum op onze website www.vecon.nl

Ook voor docenten in het VMBO wordt naast de examenbesprekingen (TL/GL) - informatie over de examens gegeven via de website. Er wordt informatie uitgewisseld via enquêtes en via een forum op de website. Doel is dat docenten hun meningen kunnen vergelijken en hun standpunten innemen met betrekking tot de examencorrectie. De bevindingen worden door de VECON doorgegeven aan de CvTE en het Cito.

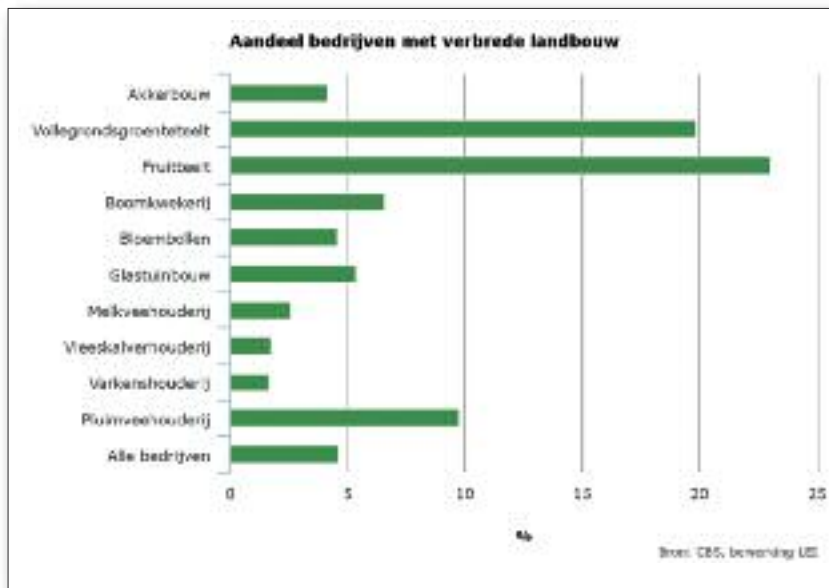
Studiedag

De VECON organiseert jaarlijks in maart een studiedag, waarop een actueel vakinhoudelijk thema centraal staat. Dan vindt ook de algemene ledenvergadering plaats, voorafgegaan door sectievergaderingen.

Overleg

De VECON geeft actief richting aan het ontwikkelen van de inhoud van leerplannen, examenprogramma's en profielen. Daartoe participeert de VECON in vele vormen van overleg, zoals met het ministerie van OCW, de SLO, het Cito, de CvTE, de lerarenopleidingen, de instellingen die nascholing verzorgen en het vervolgonderwijs. De VECON neemt ook deel in het Platform van vakinhoudelijke Verenigingen in het Voortgezet Onderwijs (VVVO).

Vragen? Dan kun je terecht bij de bestuursleden. Achterin dit tijdschrift en op de website vind je hun namen en (email-)adressen.



gebied. Vooral bedrijven die aan fruitteelt en vollegrondsgroenteteelt doen hebben extra inkomsten met een winkel aan huis.

Korte schakel

Volgens de definitie voldoen winkels die niet aan huis zijn of rechtstreeks van boer aan catering, horeca of instellingen leveren niet aan de definitie van boerderijwinkel. Voor de consument worden deze winkels die via een coöperatie zoals rechtstreeks, fenix food factory of landwinkel werken of webwinkels en bezorgdiensten wel ervaren als boerderijwinkel. Deze winkels die met een korte schakel werken brengen het landelijke gevoel gecombineerd met lokaal en vers bij de consument. Zij hebben vestigingen in een stad of winkelcentrum en brengen lokaal en vers dicht bij de consument. In deze markt zit nog een enorme groei, omdat het de consument gemak bezorgt.

Van globaal naar lokaal...

Voor vers en lokaal voedsel is er vraag en aanbod. De kunst is dit op elkaar af te stemmen. Het blijkt dat 'global' media zoals internet en social media veelvuldig worden ingezet om het lokale aanbod aan de man te brengen. Via bedrijfspagina's op facebook worden producten, maar het kweken van het product vertoont. Deze pagina's worden gedeeld met vrienden en bekenden in de omgeving waardoor een sterk regionaal netwerk ontstaat. Zo zie je maar lokaal kan niet zonder globaal.

Bronnen: www.retaildetail.nl *streekproducten een trend.* Peggy Schijns, 2016, *kies bij de kassa, Sociaal Cultureel Planbureau (SCP).*

www.lto.nl

www.agrimatie.nl

www.wur.nl *impact en omzet multifunctionele landbouw*

Interview met Jos de Blok, oprichter en initiatiefnemer van Buurtzorg:

“Zolang de gezondheidszorg maar wint en niet de managers”

Wat was de voornaamste reden om buurtzorg op te richten?

“Nadat ik ooit als wijkverpleegkundige aan de slag was gegaan, merkte ik dat de thuiszorg en/of wijkverpleging steeds minder efficiënt werd. Door de komst van managers werden taken steeds bureaucratischer. De kwaliteit van de zorg holde achteruit, terwijl de kosten uit de pan rezen. Dat kan beter,” dacht Jos.

Janwillem Adriaanse

One for all

Hoe kunnen we de zorg zodanig anders organiseren, dat de kwaliteit juist omhoog gaat en de kosten navenant omlaag?

“In de jaren 90 maakt de zorgsector, net als vele andere geledingen in de maatschappij een omslag naar kostendenken; hoeveel kost het om bepaalde taken gedaan te krijgen? En Binnen welke tijdseenheid dienen deze taken door de zorgverlener(s) verricht te worden? Inderdaad zorgverleners, want mede door de AWBZ, werd elke kostentaak door een andere instantie verricht, die zich in desbetreffende handeling gespecialiseerd had. Doordat deze zorgvorm product-georiënteerd verleend werd, voor elke aandoening was er wel een specialistische instantie te vinden, kon het zo zijn dat patiënten, cliënten wellicht 50 man over de vloer kregen om zorg te verlenen.

De gedachte om elke cliënt van één zorgverlener te voorzien, die het hele scala van zorg op zich neemt, was geboren. Of hij/zij verricht zelf zorg, of hij/zij organiseert de zorg, die de patiënt nodig heeft. Hiermee kan vanzelfsprekend flexibel ingespeeld worden op lokale zorgbehoefte.”

Bottleneck

“Het ei van Columbus!”, zou je zeggen, ware het niet, dat mensen boven aan de piramide dan hun

macht zouden kunnen verliezen. En zo geschiedde. Waar mededirecteuren zich nog wel konden vinden in de nieuwe filosofie, was het meestal de financieel directeur, die de bui, het machtsverlies, al zag hangen. En zo goede plannen ter zorgverbetering al bij voorbaat torpedeerde.”

Parallel

“Overeenkomstig aan de bankencrisis van 2008 ontstond zo, ook in de zorg, een zorgcrisis. Door het steeds ingewikkelder maken van producten en diensten klapte de bubbel. Het besef, dat de bakens dermate verzet diende te worden, groeide. En zo geschiedde. Het concept van buurtzorg was geboren.”

Minder kosten, meer kwaliteit

En ook nog eens de beste werkgever willen zijn (en ook zo gewaardeerd worden). Dat roept associaties op aan de werkwijze van Ricardo Semmler, de Braziliaanse werkgever, die zijn werknemers zelf verantwoordelijkheid geeft (zie uitzendingen van Tegenlicht).

Jos de Blok is dan ook benaderd geweest door Semmler om samen te werken. Verder dan een webinar is het niet gekomen. De wil was er wel, maar doordat buurtzorg vanuit een maatschappelijk doel handelt, kwamen de belangen (Semmler heeft immers commerciële bedrijven) niet op elk vlak overeen.

Toekomstverwachtingen

Jos de Blok verwacht dat de groei in de gezondheidszorg doorgaat. “Onderhandelingen lopen om het concept Buurtzorg ook internationaal uit te rollen. Hoewel deze expansie de tegengestelde richting (global) op lijkt te gaan, kan de ontwikkeling alleen doorgaan, als de lokale focus local blijft. Ook de kerntaak, goede gezondheidszorg, mag nooit en te nimmer uit het oog verloren worden.”

Op de vraag of buurtzorg ooit de beweging van local naar global zal gaan maken, antwoordt Jos de Blok: “Zelfs indien buurtzorg over heel de wereld verspreid is, dat kan alleen als alle principes gelijk blijven. Dit gaat enkel mogelijk zijn zolang de organisatie vanuit het budget blijft denken. Goede gezondheidszorg staat centraal. Ook andere partijen dan buurtzorg zijn daartoe prima in staat. Zolang de gezondheidszorg maar wint en niet de managers.”



Energiecoöperaties, gevangen tussen ideaal en economische realiteit?

Vanaf m'n balkon zie ik ze: in de verte vier windmolens op het terrein van een bekende Zoeterwoudse bierbrouwer, maar ook de zonnepanelen op het dak van de basisschool dichterbij. Duurzaamheid, je kunt er niet meer omheen! Je energiehuishouding op afstand regelen met een slimme app, of als lid van de VvE meedoen aan collectieve inkoop van zonnepanelen; het is de gewoonste zaak van de wereld. Sommige burgers gaan nog een stap verder, en worden lid van een energiecoöperatie.

Sonja van Veen

Naast 'losse' wijkinitiatieven en informele netwerken is het aantal energiecoöperaties de laatste jaren sterk gegroeid (tot ver boven de 100). Waar komt die toename vandaan? Wat zijn hun kansen en bedreigingen in de nabije toekomst?

Een stukje geschiedenis. De eerste golf – voornamelijk windenergieprojecten – dateert van eind jaren tachtig, begin jaren negentig. Burgers werden met hun ingelegde geld collectief eigenaar van één of meer windmolens. De grotere van deze projecten zijn inmiddels uitgegroeid tot echte professionele projectontwikkelaars, zoals Deltawind, Zeeuwind en de Windvogel. Met de oprichting van energiecoöperatie Texel Energie in 2007 startte een tweede golf. De meeste energiecoöperaties zijn opgericht door burgers. Leden zijn – naast burgers – vaak lokale ondernemers, VvE's en incidenteel ook een gemeente. Ze beginnen meestal voorzichtig. Een goede voorbereiding is immers het halve werk. Bovendien moet je oppassen met het te vroeg wekken van verwachtingen.

Doelen en activiteiten

Wat willen energiecoöperaties bereiken? Belangrijkste doelen zijn energiebesparing, versnellen van de energietransitie (naar hernieuwbare energie), versterken van de lokale economie (werkgelegenheid) en gemeenschap (leefbaarheid, sociale samenhang) en meer zeggenschap over de eigen energievoorziening en omgeving. Die doelen sluiten naadloos aan bij een maatschappelijke trend naar meer autonomie en schaalverkleining, en is dichterbij gekomen door liberalisering van de energiemarkt en bijvoorbeeld de sterke prijsdalingen van zonnepanelen. Doelen die je ook terugziet in de activiteiten van energiecoöperaties. Van voorlichting en bewustwording, en energiebesparing tot lokale productie van hernieuwbare energie en doorlevering. Bij dat laatste moet je denken aan contracten tussen coöperaties en energieleveranciers, zoals Eneco en Greenchoice, voor een zogenoemde wederverkoopconstructie. De coöperatie brengt daarbij klanten aan en ontvangt in ruil daarvoor jaarlijks een bedrag van de energieleverancier. Waarom wordt voor de coöperatie als rechtsvorm gekozen? Een coöperatie combineert de voordelen van een vereniging (betrokkenheid, zeggenschap van le-

den) met bedrijfsmatig werken. Ze kan winst maken en die gebruiken voor nieuwe projecten of een maatschappelijk doel. Maar ook geld lenen van leden.

Kansen en bedreigingen

Energie-initiatieven en –coöperaties starten meestal klein. Met collectieve inkoopacties van zonnepanelen, energiebesparing in de eigen wijk of het aanbieden van warmtescans. Langzamerhand zie je een verschuiving van dienstverlenende naar energie-producerende activiteiten. Vooral nog is het aandeel van energiecoöperaties in de duurzame energievoorziening echter beperkt (bijvoorbeeld wind 3%).

Aan welke voorwaarden moet worden voldaan om dit aandeel in de toekomst te kunnen laten groeien? Vier zaken worden daarbij vaak genoemd: een rendabel verdienmodel, voldoende investeringskapitaal, draagvlak bij de lokale bevolking en politiek, en een stabiele organisatie voor het realiseren en beheren van de productie-installaties. Om de productie van hernieuwbare energie te stimuleren zijn verschillende regelingen in het leven geroepen, zoals de postcode-roosregeling en de Stimuleringsregeling Duurzame Energie (SDE+). In de praktijk leidt alleen de SDE+ tot een enigszins rendabel verdienmodel, mits coöperaties erin slagen voldoende eigen vermogen te mobiliseren (en het budget van de regeling niet is uitgeput). Naast eigen vermogen en financiering via crowdfundingplatforms moet voor echt grote projecten een beroep worden gedaan op bankleningen en achtergestelde leningen van externe financiers (met dito hoge rentelasten). Als het gaat om maatschappelijk draagvlak krijgen coöperaties vooral bij windprojecten moeilijker 'de handen op elkaar'. Voor het realiseren van dat draagvlak – ook voor grondgebonden zonneparken – lijkt het financieel mee kunnen profiteren door omwonenden steeds vaker een noodzakelijke voorwaarde. Continuïteit en professionaliteit dwingt coöperaties soms tot samenwerking met commerciële partijen, waardoor de coöperatieve missie in de knel kan komen.

Gebruikte bronnen:

Energiecoöperaties: ambities, handelingsperspectief en relatie met gemeenten; de energieke samenleving in de praktijk, (2014), Elzenga, H.E. en A.M. Schwencke, PBL en Asi-Search.

Lokale Energie Monitor editie 2015, (januari 2016), Schwencke, A.M., RVO.nl/HIER Opgewekt.

Conditie voor een grotere rol van energiecoöperaties in hernieuwbare elektriciteitsopwekking, Elzenga, H.E. en A.M. Schwencke (2015), TPEdigitaal jaargang 9(2), 52-61.



Crowdfunding voor de lokale economie: kansen en uitdagingen

Tijdens Kerst 2011 bedacht Petra de Boevere een plan. Ze wilde een nieuw pand in Sluis (Zeeland) betrekken met haar slijterij, waarvoor ze 100.000 euro voorfinanciering nodig had. De banken waren niet happig. Ze besloot daarom al haar klanten aan te schrijven om voor €1000 een VIP-pakket te kopen t.w.v. €1200 aan cadeaubonnen voor haar winkel. Het was een groot succes. Ze ontving niet alleen 126 klant-investeerders maar ook schilderhulp voor haar winkel, een nieuw logo, en veel media-aandacht ("het slijterijmeisje"). Hier lieten de Zeeuwen het niet bij. In 2015 haalde het Admiraal de Ruyter ziekenhuis meer dan €10 miljoen via crowdfunding op, waarbij 70% van de crowdfunders uit de eigen regio kwam.

In de afgelopen jaren heeft crowdfunding zijn weg naar de mainstream financiële sector gevonden. Met crowdfunding wordt project- of ondernemersfinanciering door een groot aantal, vaak particuliere, investeerders bij elkaar gebracht. Door online netwerken en lage transactiekosten kan iedereen vanaf een klein bedrag investeren waardoor het een concreet alternatief aan het worden is voor bancaire financiering.

De groei van crowdfunding gaat behalve met enthousiasme ook met argwaan gepaard. Aan de ene kant kan lokaal, relationeel vertrouwen gebruikt worden als aanvullende motivatie en onderbouwing van een investeringsbeslissing wanneer harde cijfers of onderpand niet voldoende zekerheid bieden. Aan de andere kant kunnen slecht geïnformeerde crowdfunders meer risico op zich nemen dan ze van plan waren, met onvoorziene verliezen tot gevolg. Wat zijn de kansen en uitdagingen van crowdfunding voor de lokale economie?

Om deze vraag te beantwoorden gebruiken we resultaten uit het recent uitgevoerde Nationale Crowdfunding Onderzoek 2016 waar we de relaties tussen crowdfunders en het project waar ze in investeren hebben onderzocht. Daarnaast onderscheiden we professionele en amateur investeerders om zo tot vier typen crowdfunders te komen.

Crowdfunding: relatie of transactie

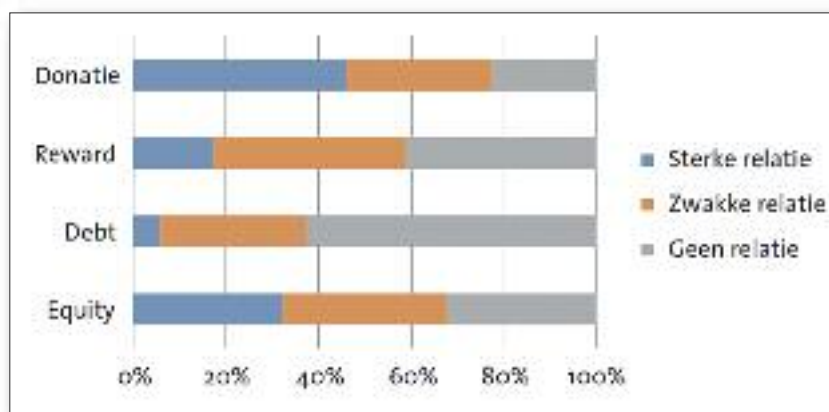
Vaak liggen aan crowdfunding beslissingen persoonlijke, zakelijke of klantrelaties ten grondslag die de investering een lokaal karakter geven. Onder de respondenten van het Nationaal Crowdfunding Onderzoek 2016 had 65% van de crowdfunders een bestaande relatie met het project, ondernemer of onderneming vóórdat ze hun financiering toezeg-

den, met grote verschillen tussen de diverse vormen van crowdfunding.

Bij donatie (geen tegenprestatie) en aandelen crowdfunding (mede-eigenaar met winstdeling) zien we de grootste rol weggelegd voor familie, vrienden, zakelijke relaties en bestaande investeerders ('sterke relaties'). Het aandeel kennissen, fans, klanten, bezoekers ('zwakke relaties') is bij de verschillende soorten crowdfunding nagenoeg gelijk, al lijkt er een groeiend aantal klanten in te stappen bij reward crowdfunding (product als tegenprestatie). Bij crowdfunding leningen (rente als tegenprestatie) is de rol van sterke relaties het kleinst (zie figuur 1).

Crowdfunders die vanuit bestaande relaties bijdragen aan een project of onderneming lijken ander soort afwegingen te maken. In de bancaire sector

**Helen Toxopeus,
Ronald Kleverlaan
en Friedemann
Polzin**



Figuur 1: Rol van relaties per soort crowdfunding

is het verschil in besluitvorming tussen relatie- en transactiegericht bankieren reeds aangetoond (Berger & Udell, 2006; Boot, 2000; Brancati, 2014). Uit eigen onderzoek op basis van het Nationaal Crowdfunding Onderzoek 2013 blijkt dat crowdfunders met een bestaande relatie tot de ondernemer bijvoorbeeld meer belang hechten aan informatie over de ondernemer zelf, versus crowdfunders die de ondernemer niet kennen (Polzin et al., 2016). In zekere zin is crowdfunding op basis van lokale netwerken een nieuwe vorm van relatiebankieren: het lokale vertrouwen wordt ingezet om investeringsbeslissingen te faciliteren, door middel van kennis over de ondernemer en doordat de ondernemer zijn eigen netwerk niet snel zal teleurstellen.

Ons onderzoek laat ook zien dat niet alle crowdfundingbeslissingen vanuit een relatie worden genomen. Met name reward- en crowdfunding leningen zijn over het algemeen transactiegericht gesteld. Uit ons eigen onderzoek zien we dat lening- en aandeel crowdfunders een groter belang hechten aan informatie over financiële planning en risico's wanneer ze geen relatie hebben met de ondernemer (Polzin et al., 2016).

Crowdfunding: professional of amateur

De tweede as waarlangs we crowdfunders onderscheiden is de mate van financiële kennis en ervaring die zij hebben om te begrijpen of crowdfunders financiële risico's in kunnen schatten en begrijpen waar ze in investeren. In ons onderzoek hebben we onder andere gekeken naar risicoperceptie en -aversie, financiële geletterdheid en ervaring met verschillende investeringsvormen, zoals beleggen en crowdfunding.

Vier typen crowdfunders: kansen en uitdagingen
Wanneer we bovenstaande assen (relatie/transactie en professional/amateur) tegen elkaar afzetten komen we op vier soorten crowdfunders (tabel 1) die we hieronder kort beschrijven.

	Professional	Amateur
Relatie	Relatie crowdfunder	Van crowdfunder
Transactie	Markt crowdfunder	Opportunistic crowdfunder

Tabel 1: Vier typen crowdfunders

1. Relatie crowdfunder

Wanneer crowdfunders ervaren zijn op het gebied van financiële besluitvorming, vanwege opleiding of werk en daarnaast verbonden zijn aan het lokale netwerk van de ondernemers waaraan ze bijdragen, is dit te vergelijken met relatiebankieren. Het vertrouwen in een project of onderneming ontstaat uit een combinatie van het kennen van de ondernemer, zijn plek in de lokale economie en inzicht in de onderliggende financiële projecties (Boot, 2000; Brancati, 2014). De crowdfunder die deel uitmaakt van het lokale netwerk waarin de ondernemer zich bevindt en daarnaast investeringskennis en/of ervaring heeft, kan 'het beste van twee werelden' gebruiken om tot een weloverwogen beslissing te komen en kan daarnaast via zijn relatie de ondernemer monitoren en coachen.

2. Markt crowdfunder

De opkomst van online leenplatformen met strikte beoordelingscriteria, gebaseerd op financiële resultaten uit het verleden en cash-flow prognoses voor de toekomst, heeft gezorgd voor een eenduidige risicobeoordeling van projecten waardoor investeerders zonder kennis van de onderneming een investeringsbeslissing kunnen maken op basis van de beschreven risicokwalificatie door het platform.

Door de eenduidige beoordeling is het ook mogelijk om institutionele investeerders te laten investeren in (delen van) de lening. In het Verenigd Koninkrijk en Amerika zien we al dat banken en andere institutionele investeerders een steeds grotere rol gaan spelen in deze sector. We hebben het dan ook wel over marketplace lending.

3. Van crowdfunder

De van crowdfunder is allereerst gemotiveerd om de initiatiefnemer achter het project of de onderneming te steunen en gaat ervan uit dat deze alles in het werk stelt om een goed resultaat te behalen. Het financiële eindresultaat is doorgaans niet het primaire doel, deze kan de investeerder niet goed inschatten. Het risico is dat deze groep te grote risico's neemt; goede voorlichting is cruciaal. Aan de andere kant verschaft dit type crowdfunders een nieuwe bron van financiering aan lokale initiatieven of bedrijven. Hieronder vallen ook klanten van lokale ondernemers. In het Nationaal Crowdfunding Onderzoek 2016 waren 15,6% van de crowdfunders klant van het bedrijf waar ze in hadden geïnvesteerd (in 2013 waren dit er nog maar 3,5%).

4. Opportunistische crowdfunder

Onze laatste categorie crowdfunders hebben geen financiële kennis en ook geen relatie met de ondernemer. We verwachten dat een deel van deze crowdfunders gelukzoekers zijn, op zoek naar snel rendement. Bij deze groep is een gevaar aanwezig van 'herding', waarbij investeerders te optimistisch instappen in een project wat snel verloopt of gehypet wordt, zonder stil te staan bij de risico's. Deze groep zal tegen zichzelf beschermd moeten worden om het risico op onverantwoorde investeringen te verkleinen.

Conclusie

Binnen deze vier typen zien we een aantal kansen voor de lokale economie. Relatie crowdfunders, die ingebed zijn in de lokale economie én daarnaast goed op de hoogte van het maken van investeringsbeslissingen, kunnen door middel van hun kennis en netwerk een unieke rol kunnen vervullen binnen het lokale financieringslandschap. Hun beslissing is op meerdere bronnen gebaseerd, en ze hebben over het algemeen een langere termijn visie waardoor ze anders naar risico's kunnen kijken en vaak ook inhoudelijk de ondernemer verder kunnen helpen in de lokale economie. Wanneer de relatie aanwezig is maar de expertise niet, kunnen crowdfunders nog steeds een belangrijke rol spelen voor lokale bedrijvigheid, mits financieel rendement niet het hoofddoel is maar bijvoorbeeld de relatie of het nastreven van concrete doelen, zoals het behoud van de lokale bakker of ziekenhuis.

Ook zonder relaties kan crowdfunding de lokale economie ten goede komen. Het risicokapitaal van



'markt crowdfunders' is te vergelijken met traditionele financiële markten, maar door online platformen en lagere transactiekosten worden investeringen in lokale bedrijven aantrekkelijker. Er zijn ook uitdagingen, zoals het voorkomen van ongefundeerde crowdfunding-beslissingen door onervaren investeerders wanneer projecten te rooskleurig worden voorgesteld of in de markt worden gezet onder ongunstige voorwaarden. Het beschermen van opportunistische crowdfunders kan door middel van voorlichting over het nemen van risico's, adequate

regelgeving en goede communicatie-eisen van projecten aan potentiële investeerders. Wanneer dit soort bescherming in acht wordt genomen zien wij een grote potentie voor met name relatie-gedreven crowdfunding in de lokale economie.

Meer weten? Het Nationaal Crowdfunding Onderzoek 2016 is een samenwerking tussen CrowdfundingHub, Hogeschool van Amsterdam, Sustainable Finance Lab en Impact Centre Erasmus en kan gratis gedownload worden op www.crowdfundingonderzoek.nl.

Referenties

Berger, A.N., Udell, G.F., 2006. A more complete conceptual framework for SME finance. *J. Bank. Finance* 30, 2945–2966.

Boot, A.W.A., 2000. Relationship Banking: What Do We Know? *J. Financ. Intermediation* 9, 7–25.

Brancati, E., 2014. Innovation financing and the role of relationship lending for SMEs. *Small Bus. Econ.* 44, 449–473.

Polzin, F., Toxopeus, H., Stam, E., 2016. the wisdom of the crowd in funding: information heterogeneity and social networks of crowdfunders.

Vecon

**Vind jij ook dat de Vecon zich meer moet inzetten voor het MBO/HBO?
Dan zijn wij op zoek naar jou!**

Voor de MBO/HBO docenten willen wij diverse activiteiten organiseren zoals:

- **Studiedagen gerelateerd aan het MBO en/of HBO**
- **Examenbesprekingen**
- **Meedenken bij vernieuwingen van de kwalificatiedossiers**

**Wil je meedenken of wil je extra informatie?
Neem contact op met Thomas Oosterkamp via
sectiembo@vecon.nl of 06 54 29 38 90**

VECON Vereniging van leraren in de economisch/maatschappelijke vakken. www.vecon.nl

Terrein winnen in het landschap van het economieprogramma vwo

Het vwo-examen economie 2016 is afgenomen bij ruim zeventienduizend kandidaten. Door het CvTE wordt de normeringsterm vastgesteld, die ervoor moet zorgen dat aan kandidaten die examen afleggen in verschillende jaren even zware eisen worden gesteld. Het vwo-examen economie onder het nieuwe programma, dat sinds 2014 landelijk wordt geëxamineerd, blijkt dit jaar als minder moeilijk te zijn ervaren dan voorgaande jaren. Voor 2016 is de normeringsterm vastgesteld op 0,6. Hierbij kwam het gemiddelde eindcijfer op 6,4, met 19% onvoldoendes. Het examen is in het algemeen goed ontvangen. Bijgaande figuren geven resultaten uit de quickscan, een enquête onder correctoren die wordt opgemaakt via Wolf. De algemene waardering voor het examen was een 'zeven min' (6,74).



Theo van der Veen

De feedback van docenten gaf als signaal dat dit examen goed en eenduidig was na te kijken, een stevige basis voor overeenstemming tussen eerste en tweede corrector. Hier en daar kwamen geluiden dat er volgend jaar wel weer wat 'spannender' vraagstellingen welkom zijn, met weer wat meer uitdaging. De pendule gaat heen en weer...

Het examen heeft een iets kortere schaalengte (46 punten) dan voorgaande jaren. Evenals in 2015 is vaker gekozen voor eenpuntsvragen, in een streven naar harmonisatie van vraagstelling met examens van andere vakken. Bij het construeren van examenvragen is het alleen passend om twee scorepunten toe te kennen als er situaties voorstelbaar zijn waarin correctoren slechts één van de twee punten zouden willen toekennen. Als slechts één denkstap te onderscheiden valt, is de richtlijn om hier ook slechts één scorepunt te geven. Bij gelegenheid is het voorgekomen dat leerlingen toch met antwoorden blijken te komen waarbij correctoren een dilemma voelen om dit scorepunt al dan niet toe te kennen: "Twee leerlingen waarbij de één het bijna goed heeft, en de ander ver weg blijft van het juiste antwoord. Allebei nul punten?.." Het moge gezegd dat ook bij het maken van examens een groeiproces te zien is, met aftasten, en leren van ervaringen uit de praktijk. De feedback van docenten is van groot belang bij het blijven waarborgen van de kwaliteit van nieuwe examens.

De meeste correspondentie is gevoerd over opgave 1, met name vraag 4: 'Bereken het bedrag in agau dat door de kapitaalvlucht werd omgezet in US dollars.' Anders dan het geldende normant-

woord waarin moet worden bepaald welke omzetting van valuta s feitelijk had plaatsgevonden, werden door collega's antwoorden gesuggereerd met bepaling van de voorgenomen kapitaalvlucht. Sommige correctoren vonden de vraagstelling niet volledig helder. Anderen spraken van een 'mooie door-denker voor vwo', een kwestie van nauwkeurig lezen.

Vraag 3 vraagt van de kandidaat twee denkstappen, waarbij voor elke stap slechts één scorepunt verdiend kan worden. Wellicht is uit de relatief lage score die op deze vraag werd behaald te lezen dat correctoren hier worstelden met geringe speelruimte bij het toekennen van punten, en vaak moesten oordelen dat het antwoord van een leerling net niet genoeg was voor elk punt.

Leerlijnen naar de toekomst

"Zelfverdedigingscursus economie": deze omschrijving, die ik aantrof in een reactie van een collega op de examenlijn, was mij uit het hart gegrepen. Met veel collega s die betrokken zijn bij de constructie van de examens economie deel ik het streven om actuele thema s te selecteren voor het centrale examen. Daarbij kiezen we ervoor om bij gelegenheid de kandidaten aan te sturen om deze thema's te belichten vanuit denkrichtingen die niet per se hun eigen eerste keus zouden zijn.

Een voorbeeld: Werkloosheidsvraagstukken laten zich benaderen vanuit diverse invalshoeken. Het is aannemelijk dat thema s als hoge werkloosheidspercentages en gebrekkige kansen op de arbeidsmarkt voor jongeren, een emotionele lading hebben bij examenkandidaten, en zeker ook bij docenten. Menigeen met het hart op de juiste plaats zal allereerst willen roepen om crisisbeleid van overheden in de sfeer van bestedingen, met liefst op korte termijn zichtbaar resultaat. De uitdaging die dan in een examenopgave wordt gepresenteerd om als alternatief een beleidsroute via flexibilisering van de arbeidsmarkt op zijn merites te beoordelen, nodigt al gauw uit voor een linkse sneer naar rechtse praat, goed voor snedig commentaar en een pittige cartoon in een vakblad van het economie-onderwijs (in mijn ogen een welkome bijvangst). Kandidaten zullen na het behalen van het examen in latere maatschappelijke posities veelvuldig worden geconfronteerd met verwante beleidsdiscussies. Het is beter om zo vroeg mogelijk

in het diepe te worden gegooid, en gewapend met argumentatiekracht te ontdekken dat er niet één waarheid is.

A less dismal science¹

Het Engelstalige weekblad The Economist heeft onlangs een pleidooi gepubliceerd om economen met een frisse blik naar zichzelf te laten kijken. In het betoog klinkt de roep om matigheid bij de fixatie op wiskunde en modellen. Het betoog legt de vinger op het basismateriaal dat we gebruiken. Niet voor het eerst klinkt dat het bruto binnenlands product zijn beste tijd heeft gehad als universeel kompas en maatstaf voor economische resultaten. Ten slotte: hoed u voor consensus! Meer nederigheid zou economen sieren: omarm afwijkende meningen en matig narcisme ten aanzien van de eigen theorie. Ook onze examenkandidaten, mogelijke beleidsmakers van de toekomst, kunnen hun voordeel doen met meer praktijk en diversiteit in hun opleiding.

Egels en vossen

In navolging van Isaiah Berlin² onderscheidt Dani Rodrik in debatten tussen economen twee types: 'egels' en 'vossen'. Bij de egels zien we de houding: 'Koester de universele geldigheid van de eigen theorie, stekels op en goed afschermen tegenover mogelijke critici!' Te midden van de loopgraven kan terrein gewonnen worden door de vossen die, niet gehinderd door één grote overkoepelende theorie, in de gevarieerde werkelijkheid niet terugschrikken voor verkenning van nieuwe denkrichtingen, ook als daar op het eerste gezicht strijdigheden lijken te bestaan³.

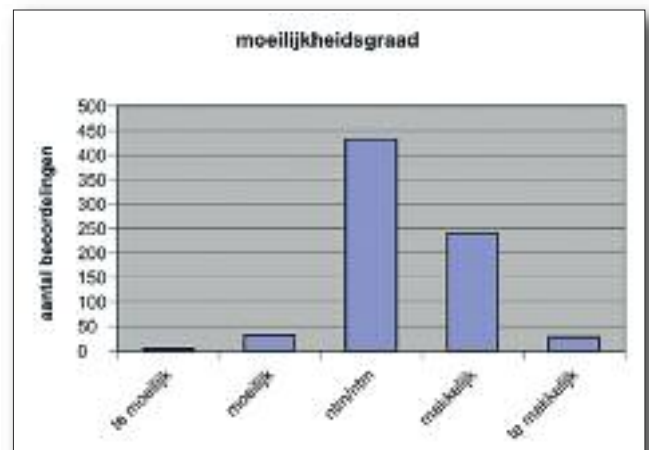
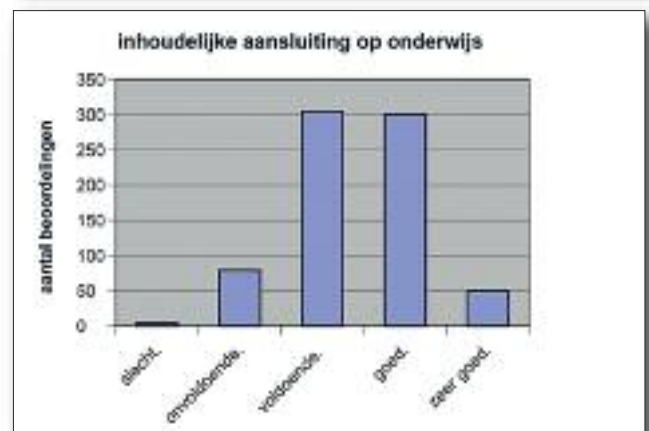
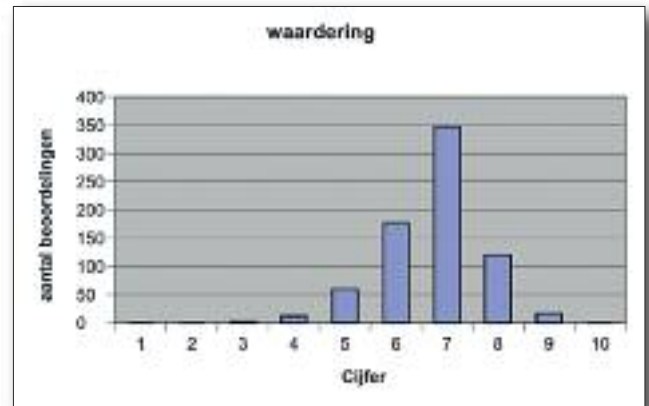
Hoe verder?

Om verschillende theorieën op hun merites te kunnen beoordelen, is vaardigheid met het hanteren van economische modellen voor een examenkandidaat belangrijk. Onderdeel van de zelfverdedigingscursus is dat de leerling leert in te zien dat wiskunde hier een middel is en geen doel. Een krachtig stuk gereedschap om redeneringen, de consistentie daarbinnen en de tegenstellingen daartussen, helder te krijgen.

De keuze voor een macro-economisch model in het examenprogramma impliceert geen pretentie van universele waarheid. Een examenopgave over een model begint vaak met een simpele exercitie, om de kandidaat het model binnen te voeren. Na zo'n vingeroefening kan een contrasterende route of visie worden gepresenteerd, waarbij de kandidaat een interpretatie of afweging van argumenten moet geven.

Grootste gemene deler

In het universitaire onderwijs in de economische wetenschap wekt het, zeker bij jonge theorieën waar discussies nog beperkt zijn uitgekristalli-



seerd, geen verwondering als vakgroepen van verschillende onderwijsinstellingen andere accenten leggen. Het presenteren van thema's in een economieprogramma voor havo en vwo vereist onder-tussen dat de academische verschillen in visie zo-danig worden uitgefilterd, dat de leerstof voor de leerling afdoende eenduidig is.

Ik wil mij hier wagen aan een parallel met de mu-ziek. Een piano kan over het geheel van de octaven niet geheel zuiver worden gestemd. De kunst van een pianostemmer is om minieme afwijkingen in zuiverheid tussen de intervallen te doseren, zodat het oor de suggestie krijgt van een passende har-monie over het hele spectrum. Zo ook wordt het

economieprogramma aan jonge mensen gepresenteerd als een grootste gemene deler, waarbij de fitnesses van het doorredeneren van bepaalde verbanden onder allerlei mogelijke condities in het normale curriculum buiten beeld worden gehouden.

Jurisprudentie

Na het nodige kruisen van degens met 'het veld' tijdens de examencampagne, blijkt de concrete invulling van bepaalde nieuwe thema's, zoals gehanteerd in opgaven van het gepasseerde examen, het karakter te krijgen van 'jurisprudentie'. Bij het laten indalen van begrippen als 'principaal-agentprobleem', 'zelfbinding' en 'moral hazard' wordt gaandeweg de te volgen koers concreter afgebakend. Te midden van academische discussies blijkt dan bij gelegenheid de koers die in eerdere examens is gezet voor methodeschrijvers en docenten als kompas te fungeren.

Vaste grond blijven voelen

Speltheorie is naar academische maatstaven bij uitstek een jonge tak van sport. Dit corpus is nog maar goed een halve eeuw geleden ontwikkeld. Het topje van de ijsberg, het zichtbare en min of meer eenduidig te interpreteren deel van de theorie, is de afgelopen jaren in de examens goeddeels verkend. Inmiddels onderzoeken de examenmakers met voorzichtige tred de minder vanzelfsprekende terreinen van deze theorie. Er duikt een drie-bij-drie - matrix op. Het gevangenendilemma bevindt zich soms zelfs linksboven in plaats van rechtsonder... 'Tit for tat' mag, als het in de stamtekst afdoende wordt toegelicht. Bij al te kordate stappen naar spannender terreinen bestaat al heel snel het gevaar om in een labyrint van contro-verses te belanden. Een verkenning van academi-

sche tekstboeken over speltheorie toont dat het juist hier geavanceerde wiskunde is wat de klok slaat.

Ook bij de andere nieuwe domeinen van het economieprogramma is er sprake van het gaandeweg inpolderen van nieuwe grond. Naarmate begrippen als risicoanalyse en tijdsvoorkeur als vertrouwd worden ervaren, kan de vraagstelling worden opgerekt, met de nodige introductie in de stamtekst. Interpretatie van welvaartsbegrippen wordt bevraagd, exercities worden voorgelegd om die begrippen concreet te maken en de meetbaarheid te beproeven - alles binnen kaders die voor een examenkandidaat hanteerbaar zijn. Om het landschap van de lang verwachte macro-economische contexten te verkennen blijven we eerst nog op de goed te onderscheiden paden. Vandaar verder met een goed kompas en een paar wandelstokken om het evenwicht te bewaren.

Theo van der Veen is toetsdeskundige economie voor havo en vwo bij het Cito. De auteur dankt naast collega's voor hun inhoudelijke commentaar en Evelien Verhelst voor haar tekstuele aanwijzingen. De verantwoordelijkheid voor de inhoud van dit artikel ligt volledig bij de auteur.

¹ *The Economist*, 16-7-2016: *A less dismal science - if economists reformed themselves*

² *Geïnspireerd door de Griekse dichter Archilochus.*

³ *In TEO nr. 5 (2016) bespreekt Gorter een recente publicatie van Rodrik, waarin dit thema ook ter sprake komt.*

KORT

Nibud Scholierenonderzoek 2016

Medio september verscheen bij het Nibud het jaarlijks onderzoek onder VO-scholieren van 12 tot en met 18 jaar. Met gegevens (tabellen en grafieken) over inkomen, bijbaantjes / vakantiewerk, uitgaven, omgaan met geld, sparen, lenen en de invloed van de financiële situatie thuis. Het onderzoek focust op wat scholieren moeten leren: in kaart brengen, verantwoord besteden en vooruitkijken. Enkele opvallende resultaten: "34% heeft (thuis) nooit uitleg gekregen over hoe zij veilig online kunnen bankieren"; "scholieren betalen minder uitgaven zelf"; "41% van de scholieren geeft aan dat er bij hen op school nog nooit aandacht is besteed aan omgaan met geld. In 2012 was dit 44%.";

"In totaal geeft 21% van de scholieren aan het thuis moeilijk te hebben op financieel gebied."

Het Nibud heeft een duidelijke boodschap voor ouders en onderwijsveld. Ouders: praten, afspraken maken, hulp en ondersteuning bieden OK, maar overnemen niet. Omgaan met geld en verantwoordelijkheid nemen is een leerproces. Onderwijsveld: besteed op school meer aandacht aan financiële educatie. Dat geldt met name voor kwetsbare groepen. Wie de schoen past! Het volledige onderzoek kun je vinden op www.nibud.nl

— OVER CROWDFUNDING... —

ALS IK ZEG
'CROWDFUNDING',
WAAR DENK JIJ
DAN AAN?

ANDRÉ VAN
DUIN, DA'S ECHT
EEN 'FUN'-DING
VOOR DE 'CROWD'!



Siteseeing @ Video conferencing



Rina Timmerman

Op het internet is heel veel te vinden wat bruikbaar is voor docenten. Deze rubriek probeert u de bomen in het bos te laten zien, ditmaal een editie door Rina Timmerman, over 'video conferencing'. Videogesprekken met familie in het buitenland is heel gewoon. En bedrijven besparen veel reiskosten met online vergaderen. Wat zijn handige webtoepassingen voor video gesprekken in het onderwijs? Rina is lid van De Vrolijke Economen en beheert een Symbaloo pagina met handige web2.0 tools. Ze geeft workshops over de inzet van ICT in het onderwijs. Tips of opmerkingen over deze rubriek kunnen worden achter gelaten via twitter: @citroengeelnl of via de mail: emhoekman@citroengeel.nl

Wie: Appear.in
Wat: Groepsgesprek met video en chat; Max. 8 deelnemers in beeld.
Waar: <https://appear.in/>

Wie: Google Hangout
Wat: Groepsgesprek met video en chat; Max. 10 deelnemers in beeld.
Waar: <https://hangouts.google.com/>

Wie: Skype groepsgesprekken
Wat: Groepsgesprek met video en chat; Max. 10 deelnemers in beeld.
Waar: <https://www.skype.com/nl/features/group-calls/>

Wie: klasjufRina+...@gmail.com
Wat: Meerdere accounts op 1 Gmail account
Waar: Tip via <http://www.trendmatcher.nl/2007/10/meer-e-mail-adressen-met-1-gmail.html>

Wie: Talky
Wat: Groepsgesprek met video en chat; Max. 6 deelnemers in beeld.
Waar: <https://talky.io/>

Een heel laagdrempelige webtool. Is direct en zonder registratie te gebruiken. Klik op 'start', sta toe om de camera en microfoon te delen en deel de weergegeven URL met maximaal 8 deelnemers. De naam van URL is overigens niet aan te passen. Mocht je meer privacy willen, dan is de 'room' te versleutelen, of (met een enkele registratie) te claimen.

Voor deze toepassing heb je een Google account nodig. Verderop een tip hoe met leerlingen om te gaan die geen Google account hebben. De support site van Google neemt je stap voor stap mee in het starten van een groepsgesprek.

Skype groepsgesprekken zijn mogelijk voor maximaal 25 personen in totaal. Wil je iedereen ook via de webcam in beeld hebben, dan kan de groep slechts uit 10 personen totaal bestaan. De rest hoor je nog wel via audio. Of het aan te raden is om instructie op deze manier aan relatief grote groepen te geven, is een andere vraag. Zorg in elk geval dat vooraf "de spelregels" voor iedereen duidelijk zijn, omdat tijdens de sessie hierop minder gemakkelijk te sturen is. De chatfunctie biedt soelaas om vragen te inventariseren.

Wat doe je als niet iedere leerling een Gmail account heeft? Google heeft daar een handige oplossing voor. Je kunt aan je Gmail adres een plus (+) teken toevoegen en daarmee voor iedere leerling een eigen, individueel account maken. Je e-mail adres blijft daarbij gewoon geldig. Bijvoorbeeld klasjufRina+piet@gmail.com of klasjufRina+linda@gmail.com. De leerling hoeft op deze manier dus niet daadwerkelijk een Gmail account aan te maken. Gmail denkt dat al die e-mail adressen hetzelfde zijn; je ontvangt alle mail op je oorspronkelijke e-mail adres. Maar de website waar de leerlingen moeten inloggen, denkt dat het verschillende adressen zijn. Handig, niet alleen bij Google Hangout.

Eenvoudig in gebruik. Ga naar de website, geef de 'room' een naam (kan hier wel), sta camera en microfoon toe om te delen en nodig deelnemers uit met de gecreëerde link. Versleutel de 'room' als je wilt. Heeft de optie om je scherm te delen. De tool werkt in Chrome of Firefox en is ook beschikbaar in iOS.

Kasstroomoverzicht

In het nieuwe vwo-examenprogramma Bedrijfseconomie staat bij de 'belangrijkste begrippen' van domein G (Verslaggeving) het onderwerp kasstroomoverzicht. Hoe breed en diep dit onderdeel moet worden behandeld is niet vermeld. Hierna wordt dit onderwerp vrij basaal aan de orde gesteld. Je kunt zeggen: 'Gaaf dit nou niet te ver?' Het antwoord zou kunnen zijn: 'Inderdaad, maar hoe breed en diep dan wél?'

Veel ondernemingen voegen aan hun externe jaarrekening een kasstroomoverzicht toe. De Raad voor de Jaarverslaggeving verplicht middelgrote en grote rechtspersonen een kasstroomoverzicht inclusief toelichting op te nemen. Ook ondernemingen die IFRS toepassen, moeten een kasstroomoverzicht als onderdeel van hun jaarrekening opnemen.

Wim de Reuver

Een kasstroomoverzicht laat de oorzaken zien van de verandering in de liquide middelen in het verslagjaar. De liquide middelen nemen toe als bepaalde posten van het vermogen toenemen (het afsluiten van een langlopende lening en de ontvangst per bank van het bedrag) en/of posten van de vaste en vlottende activa afnemen (een debiteur betaalt zijn schuld aan de onderneming, de onderneming verkoopt een vast actief). In een kasstroomoverzicht splitsen we de kasstromen in drie soorten stromen.

- Kasstromen uit operationele activiteiten.** Operationele activiteiten zijn de gewone bedrijfsactiviteiten die horen bij productie, dienstverlening en handel. Voorbeelden van de toename of afname van liquiditeiten uit operationele activiteiten zijn:
 - ontvangsten van debiteuren;
 - betalingen aan crediteuren;
 - betalingen van kosten;
 - betaling van vennootschapsbelasting.
- Kasstromen uit investeringsactiviteiten.** Hierbij gaat het om liquide middelen die zijn gebruikt voor investeringen en liquide middelen die zijn ontvangen als gevolg van desinvesteringen (verkoopen) van vaste activa.
- Kasstromen uit financieringsactiviteiten.** Het gaat om de toename of afname van de liquiditeit door financieringsactiviteiten: mutaties in het eigen vermogen en het vreemd lang vermogen. Ook de uitgave voor betaald dividend wordt gerekend tot de kasstroom uit financieringsactiviteiten.

Directe en indirecte methode

Het kasstroomoverzicht uit operationele activiteiten kunnen we volgens de directe en de indirecte methode opstellen. Bij de directe methode gaan we uit van de werkelijk ontvangen en betaalde bedragen uit operationele activiteiten. Als een onder-

neming een nauwkeurig overzicht heeft van de werkelijke ontvangsten en uitgaven per activiteit is deze opstelling snel te maken. Als we uitgaan van gegeven balansen en winst-en-verliesrekening vraagt deze methode nogal wat rekenwerk. Bij de indirecte methode berekenen we de operationele kasstromen als de winst vóór belasting, verminderd met betaalde vennootschapsbelasting, verhoogd met de afschrijvingen en gecorrigeerd voor de mutaties in de balansposten voor zover deze betrekking hebben op operationele activiteiten.

Bij de kasstroom uit investeringsactiviteiten en de kasstroom uit financieringsactiviteiten gebruiken we uitsluitend de indirecte methode.

De kasstroom uit investeringsactiviteiten vergt vaak wat meer werk. We kunnen niet zonder meer bepalen dat een toe(af)name in de balanspost een (des)investering is. We moeten corrigeren voor de afschrijvingen, deze worden niet op het kasstroomoverzicht bij de investeringsactiviteiten opgenomen, maar bij het kasstroomoverzicht uit operationele activiteiten. Daarnaast nemen we investeringen en desinvesteringen apart op. Als de vaste activa op 1 januari op de balans staan voor € 240.000 en op 31 december voor € 320.000 terwijl in de loop van het jaar voor € 50.000 is afgeschreven en er geen desinvesteringen hebben plaatsgevonden, zijn de investeringen in het afgelopen boekjaar € 130.000; namelijk € 320.000 - € 240.000 + € 50.000. Stel dat er in het afgelopen jaar vaste activa verkocht zijn met een boekwaarde van € 40.000 (desinvesteringen) dan zijn de investeringen € 170.000.

We kunnen de volgende opstelling maken:

Vaste activa per 1 januari	€ 240.000
Investerings van 1 januari – 31 december	€ +
	€
Afschrijvingen van 1 januari – 31 december	€ 50.000 -
	€
Desinvesteringen van 1 januari – 31 december	€ 40.000 -
Vaste activa per 31 december	€ 320.000

De investeringen waren € 320.000 + € 40.000 + € 50.000 - € 240.000 = € 170.000.

Om alle berekeningen bij de diverse soorten kasstromen te laten zien, nemen we een compleet voorbeeld op.

Balansen (x € 1.000)					
	31-12-2016	31-12-2015		31-12- 2016	31-12-2015
Gebouwen	420	440	Aandelenkapitaal	500	450
Inventaris	900	730	Agioreserve	235	210
Voorraden	340	240	Algemene reserve	415	300
Debiteuren	70	80	Winst na belasting	270	180
Liquide middelen	60	50	Hypothecaire lening	110	130
			Onderhandse lening	100	120
			Crediteuren	140	135
			Nog te betalen kosten	20	15
	1.790	1.540		1.790	1.540

Voorbeeld

Van onderneming Brumstra BV zijn de volgende balansen en de winst-en-verliesrekening beschikbaar (zie hierboven).

Winst-en-verliesrekening over 2016 (x € 1.000):

Omzet	1.900	
Inkoopprijs van de omzet	1.075	
		825
Loonkosten	200	
Afschrijving gebouwen	20	
Afschrijving inventaris	30	
Overige bedrijfskosten	70	
		320
Bedrijfsresultaat		505
Interestkosten (betaalde interest)		100
Resultaat voor belasting		405
Vennootschapsbelasting		135
Resultaat na belasting		270

Van de winst na belasting over 2015 is begin 2016 € 65.000 als dividend uitgekeerd en € 115.000 toegevoegd aan de reserves.

De nog te betalen kosten hebben uitsluitend betrekking op overige bedrijfskosten. De loonkosten en overige bedrijfskosten leiden tot uitgaven.

De vennootschapsbelasting is in het verslagjaar betaald.

Alle in- en verkopen vinden op rekening plaats. Brumstra BV rekent de interestkosten tot de kasstroom uit operationele activiteiten. In 2016 waren er geen desinvesteringen.

Gevraagd

- Bereken de opbrengst van de aandelenemissie in 2016.
- Bereken de investering in 2016 in gebouwen en inventaris.
- Bereken de ontvangsten van debiteuren in 2016.
- Bereken de inkopen op rekening in 2016.
- Bereken met behulp van de uitkomst op vraag d de betalingen aan crediteuren in 2016.
- Bereken welk bedrag aan kosten in 2016 werd betaald.

- Stel de kasstroom uit operationele activiteiten over 2016 samen volgens de directe methode.
- Stel de kasstroom uit operationele activiteiten over 2016 samen volgens de indirecte methode.
- Stel de kasstroom uit investeringsactiviteiten over 2016 samen.
- Stel de kasstroom uit financieringsactiviteiten over 2016 samen.
- Controleer of het saldo van de kasstromen over 2016 overeenstemt met de mutatie in de liquide middelen volgens de balans.

Uitwerking

- Het aandelenkapitaal is toegenomen met € 50.000. De aandelen zijn boven pari geplaatst want de agioreserve is toegenomen met € 25.000. De opbrengst van de aandelenemissie is dus € **75.000**.

	Gebouwen	Inventaris
Balans per 31-12-2015	€ 440.000	€ 730.000
Investeringen in 2016	€	€
Afschrijvingen in 2016	€ 20.000	€ 30.000
Balans per 31-12-2016	€ 420.000	€ 900.000

Investeringen in 2016 in gebouwen: € 420.000 + € 20.000 - € 440.000 = € **0**
 Investeringen in 2016 in inventaris: € 900.000 + € 30.000 - € 730.000 = € **200.000**

c	Vordering op debiteuren per 31-12-2015	€ 80.000
	Verkocht op rekening in 2016	€ 1.900.000
		€ 1.980.000
	Vordering op debiteuren per 31-12-2016	€ 70.000
	In 2016 van debiteuren ontvangen	€ 1.910.000
d	Voorraad per 31-12-2015	€ 240.000
	Inkopen op rekening in 2016	€
		€
	Inkoopprijs van de omzet in 2016	€ 1.075.000
	Voorraad per 31-12-2016	€ 340.000
	Inkopen op rekening in 2016: € 340.000 + € 1.075.000 - € 240.000	
	= € 1.175.000	

(Zie vervolg op de volgende pagina)

e	Schuld aan crediteuren per 31-12-2015	€ 135.000
	Inkopen op rekening in 2016	€ 1.175.000
		€ 1.310.000
	Schuld aan crediteuren per 31-12-2016	€ 140.000
	In 2016 betaald aan crediteuren	€ 1.170.000

f	Loonkosten (winst-en-verliesrekening)	€ 200.000
	Overige bedrijfskosten (winst-en-verliesrekening)	€ 70.000
		€ 270.000
	Nog te betalen kosten per 31-12-2015	€ 15.000 +
		€ 285.000
	Nog te betalen kosten per 31-12-2016	€ 20.000 -/
	In 2016 betaald aan kosten	€ 265.000

g Kasstroomoverzicht 2016			
Operationele kasstromen volgens de directe methode	Toename liquiditeit	Afname liquiditeit	Saldo
Ontvangen van debiteuren	€ 1.910.000		
Betaald aan crediteuren		€ 1.170.000	
Betaald aan kosten		€ 265.000	
Betaalde interest		€ 100.000	
Betaalde vennootschapsbelasting		€ 135.000	
	€ 1.910.000	€ 1.670.000	+ € 240.000

h Kasstroomoverzicht 2016			
Operationele kasstromen volgens de directe methode	Toename liquiditeit	Afname liquiditeit	Saldo
Winst voor belasting	€ 405.000		
Betaalde vennootschapsbelasting		€ 135.000	
Afschrijving gebouwen	€ 20.000		
Afschrijving inventaris	€ 30.000		
Mutatie Voorraden		€ 100.000 ¹⁾	
Mutatie Debiteuren	€ 10.000 ²⁾		
Mutatie Crediteuren	€ 5.000 ³⁾		
Mutatie Nog te betalen kosten	€ 5.000 ³⁾		
	€ 475.000	€ 235.000	+ € 240.000

- 1) De voorraden zijn in 2016 toegenomen, er is dus sprake van een afname van liquide middelen.
- 2) De vordering op debiteuren is in 2016 afgenomen, er is dus sprake van een toename van liquide middelen.
- 3) De schuld aan crediteuren en aan Nog te betalen kosten is in 2016 toegenomen, er is dus sprake van een toename van liquide middelen.

i Kasstroomoverzicht 2016			
Investeringskasstromen	Toename liquiditeit	Afname liquiditeit	Saldo
Investerings in inventaris		€ 200.000 ⁴⁾	-/- € 200.000

- 4) De vaste activa (inventaris) zijn toegenomen, dus er is sprake van een afname van liquide middelen.

j Kasstroomoverzicht 2016			
Financieringskasstromen	Toename liquiditeit	Afname liquiditeit	Saldo
Aandelenkapitaal	€ 50.000		
Agioreserve	€ 25.000		
Opbrengst aandelenemissie	€ 75.000 ⁵⁾		
Aflossing hypothecaire lening		€ 20.000 ⁶⁾	
Aflossing onderhandse lening		€ 20.000 ⁶⁾	
Betaald dividend		€ 65.000	
	€ 75.000	€ 105.000	-/- € 30.000

5) Het eigen vermogen is toegenomen, dus er is sprake van een toename van liquide middelen.

6) Het vreemd vermogen neemt door de aflossing af, er is dus sprake van een afname van liquide middelen.

k De mutatie in de liquide middelen is volgens de kasstroomoverzichten:
+ € 240.000 (zie g en h) -/- € 200.000 (zie i) -/- € 30.000 (zie j) = + € 10.000.
De liquide middelen zijn volgens de balansen in 2016 toegenomen van € 50.000 tot € 60.000 dus een toename van € 10.000. Dit stemt met elkaar overeen.

In dit voorbeeld zijn de balansen opgesteld vóór verdeling van de winst. Het is natuurlijk ook mogelijk de balansen op te stellen ná verdeling van de winst.

samenleving & financiële sector

Midden oktober publiceerde de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) het rapport 'Samenleving en financiële sector in evenwicht'. De adviseur van het kabinet signaleert – mede door de crisis van 2008 – een drietal problemen van de financiële sector: inherente instabiliteit (o.a. procyclisch opereren), te grote dominantie (ten opzichte van economie en samenleving) en teveel een oriëntatie op de korte termijn.

Met het rapport wil de WRR aanpassingen in het sociaaleconomisch beleid stimuleren die de samenleving minder afhankelijk maken van onevenwichtigheden in de financiële sector, de financiële sector robuuster maken en de politieke betrokkenheid bij die sector versterken.

De WRR doet aanbevelingen op een drietal gebieden. Aanbevelingen voor een financieel weerbare samenleving, zoals het aangaan van schulden terugdringen, een productievere aanwending van vermogens en versterking van de positie van klanten. Een tweede reeks aanbevelingen is gericht op een robuustere financiële sector, zoals versterken van buffers (risicodragend vermogen), systeemrisico's tegengaan en ruimte maken voor nieuwkomers (banken, institutionele beleggers). Tenslotte pleit de WRR voor grotere politieke betrokkenheid: periodiek, met een integrale benadering en beleidsconsistentie in de tijd.

Het WRR-rapport is verkrijgbaar in de boekhandel (ISBN 9789490186340) en gratis te downloaden van www.wrr.nl

Methodeslaven: de brief die Lenie Kneppers ook had kunnen schrijven

In TEO nr. 2 (maart 2016) schrijft Jeroen Hinloopen een column getiteld **Methodeslaven over “de docent die gratis online lesmateriaal omarmd” en zo “baas over eigen curriculum” wordt.**

Hinloopen snijdt een onderwerp aan dat van alle tijden is: leraren die hun eigen lesmateriaal maken. Eerst op papier, later digitaal. Bij gebrek aan goed digitaal lesmateriaal van de grote educatieve uitgeverijen nemen leraren het heft in eigen hand. Zij hebben behoefte aan een eigen, actuele versie van de grote lappen tekst in hun boek of lesbrief en vertalen deze naar een eigen, digitale versie, die zij gebruiken in de les en delen met hun leerlingen en andere leraren. Zij vullen deze inhoud aan met kort beeldmateriaal, krantenartikelen, infographics, statistieken, documentaires, noem maar op. Zoals een leraar economie simpelweg stelt: “Een boek doet eigenlijk altijd hetzelfde: de theorie presenteren en hier vragen bij formuleren. Als leraar heb je dan nog geen les die je kunt geven.”

Risico lopen

Hinloopen - hoogleraar economie én (mede-)auteur van de lesmethode Praktische Economie - waarschuwt in zijn column: “De docent die besluit niet slaafs een methode te volgen neemt risico. Hij moet zo ver boven de stof staan dat hij de klas aan zijn eigen hand durft mee te nemen naar het voorgeschreven eindniveau. Daarbij moet hij kunnen schakelen tussen leerjaren en telkens weten wat hij van een leerling moet verwachten en wat hij niet mag verwachten. De ontwikkeling van consistent lesmateriaal met brede doorlopende leerlijnen waarlangs leerlingen de eindtermen van het vak bereiken is niets minder dan een huzarenstukje.”

Rode lap

De column van Hinloopen werkt op lerarenopleider en vakdidacticus Lenie Kneppers blijkbaar als een rode lap. In TEO nr. 4 (juni 2016) reageert zij fel. De frustratie druipt er vanaf. Volgens Kneppers stelt Hinloopen in zijn column dat “het fout gaat [in de les] als de leraar een uitstapje uit het boek maakt” en dat “leraren niet genoeg vakkennis en geen tijd hebben om iets anders te bedenken en om de vakliteratuur die daarvoor nodig is, bij te houden.” Volgens Kneppers is dat allemaal onzin. Hinloopen reageert beschaafd in een naschrift: “Ik vind het jammer dat ze mij standpunten toedicht die niet in de column staan. Ik herken mijzelf dan

ook niet in de reactie van Lenie.” Hij heeft bovendien gelijk. Kneppers valt Hinloopen aan op zaken die hij niet geschreven heeft.

Maar welke reactie had zij dan wel moeten schrijven? De column van Hinloopen riep duidelijk een heftige reactie op bij Kneppers. Had ze het anders kunnen verwoorden? Misschien zoiets als onderstaande?

* * *

Beste Jeroen,

Toen ik jouw column las, ontplofte ik bijna. Wat krijgen we nou?!, dacht ik. Gaat Jeroen-Malmberg-Hinloopen ons eens even vertellen dat wij slaafs zijn methode moeten volgen? En dat het anders fout gaat in les? Dat leraren niet genoeg vakkennis hebben en vakliteratuur niet bijhouden? Ik schreef ‘s avonds laat een vlammeende reactie. Toen ik mijn eigen stuk ‘s ochtends opnieuw las, begon ik te twifelen. Ik was te fel. De frustratie droop er te veel vanaf. Ik besloot de kwestie eerst eens met mijn studenten op de lerarenopleiding te bespreken. Een week later sprak ik met hen over de rol van het boek en het gebruik van digitaal lesmateriaal.

Mijn studenten besteden elke week enorm veel tijd aan het zoeken naar goed digitaal lesmateriaal waarmee zij hun lessen kunnen verbeteren. In eerste instantie kijken ze naar het aanbod van de uitgever van de lesmethode op hun stageschool. En dat aanbod blijkt vies tegen te vallen. Je zou verwachten dat de grote uitgeverijen leraren helpen bij het beschikbaar stellen en delen van digitaal lesmateriaal, creatieve, actuele ideeën en werkvormen die naar eigen inzicht zijn te gebruiken en aan te passen. Dat zij digitaal lesmateriaal ontwikkelen dat de leraar helpt om actieve, afwisselende lessen te geven. Niet dus. De uitgeverijen hebben hun boeken in een digitaal jasje gehangen, waar de leerling zelfstandig, adaptief en gepersonaliseerd mee kan werken achter een tablet of computer. Ze durven zelfs weer te spreken van ‘coach’ in hun marketing. Ik dacht dat we dat soort termen achter ons hadden gelaten na de commissie-Dijsselbloem.

Vervolg op pagina 67

Voor je gelezen

Creatief na de crisis - nieuwe ideeën van acht topeconomen, Hans Wansink, ISBN 9789461644343, Uitgeverij Van Gennep, Amsterdam, 2016, 112 pagina's, € 9,90.

Kritische economen aan het woord

Hoe heeft de economische wetenschap eigenlijk op de grote crisis (van 2008) gereageerd? Historicus en Volkskrant-journalist Hans Wansink probeert die vraag in dit boekje te beantwoorden. Aanleiding, vertrekpunt daarbij is de lezing van socioloog Abram de Swaan* uit 2010, waarin deze afrekent met het 'vrijemarktfundamentalisme' en met de hegemonie van het neoklassieke economisch denken.

Wansink's boek is een bundeling van zes interviews plus een opinieartikel (eerder verschenen in De Volkskrant tussen oktober 2014 en februari 2015), voorafgegaan door hoofdstukken over verloop, oorzaken en gevolgen van de crisis en over Piketty's *Capital in the Twenty-First Century* en afgesloten met een hoofdstuk over De Ondernemende Staat (Mariana Mazzucato; zie ook boekrecensie TEO 3/2016).

'Creatief na de crisis' is een korte kennismaking met de ideeën van een achttal economen en/of opinieleiders. Economische stagnatie, globalisering, de toenemende ongelijkheid, het financiële stelsel, de euro en de rol van de overheid zijn thema's, die o.a. aan bod komen. Met Thomas Piketty over (vermogens-) ongelijkheid, en Chrystia Freeland (*Plutocrats*) over de 0,1% superrijken. Met Tyler Cowen (*Average is Over*) over het verdwijnen van banen van middengroepen en 'wereldwijde merito-

cratie' (meer mensen dan ooit kunnen door hard werken en studeren vooruit komen). Met Megan McArdle (*The Up Side of Down*) over het belang van persoonlijke weerbaarheid. Met Martin Wolf (*The Shifts and the Shocks*) over banken als betrouwbare nutsbedrijven, de noodzaak van strengere toezicht op én grotere buffers van financiële instellingen. Met Ha-Joon Chang (*23 Things They Don't Tell You about Capitalism*), die o.a. pleit voor 'actief economisch burgerschap'. Met Hans-Werner Sinn (*The Euro Trap*), die het 'gratis geld' van Draghi - het ECB-beleid met betrekking tot het opkopen van staatsobligaties - op de korrel neemt, en voor een 'ademende euro' pleit; dat wil zeggen tijdelijk uit de eurozone stappen, gevolgd door devaluatie en schuldsanering om het concurrentievermogen te herstellen. Mede op grond van de boeken van bovengenoemde auteurs trekt Wansink de conclusie dat de 'post-crash economics' leeft, barst van de creativiteit en de economische wetenschap dus nog steeds recht van spreken heeft.

Beoordeling

Alhoewel de boeken van de meeste genoemde auteurs een bijdrage geleverd hebben aan het beter begrijpen van de huidige stand van de wereld-economie, is het de vraag of dit boekje van Wansink hun bijdrage voldoende recht doet. Het is gemakkelijk samengesteld en als kennismaking met hun gedachtengoed af en toe oppervlakkig.

**Thomas More lezing door Abram de Swaan, 'Het financiële regime: over de gevolgen van een moderne dwaalleer', Me Judice, 20 november 2010.*

Jos de Graaf

Breken met banken, Siebe Huizinga, ISBN 9789492107046, Uitgeverij Kompas, 2e herziene druk, 2016, 238 pagina's.

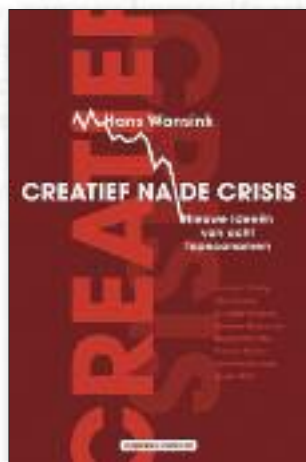
De oprichtingsgeschiedenis van een financiële start-up

"Niemand vertellen,ik ga een bank beginnen" zei Ali Niknam in juli 2012. Ruim twee jaar later kreeg 'zijn' IT-bedrijf Bunq een bankvergunning van DNB, en eind november 2015 ging de bank 'live'. Bunq is een louter digitale bank, vooral een app waarmee klanten onderling mobiel betalingen kunnen doen. Het boek is de weerslag van de oprichtingsstrijd, die een groep jonge honden voerde om een bank te starten waar moderne dienstverlening en klanttevredenheid voorop staan. Niet alleen een gevecht met technologie, maar bovenal met regels, machtsstructuren, toezichthouders en ambtenaren. Met persoonlijke drama's, ruzies, lef en doorzettingsvermogen.

Bonussen, woekerpolissen, Libor-fraude, verantwoordelijk voor de kredietcrisis, gered ten laste van de belastingbetalers na de kredietcrisis: voldoende redenen voor boosheid en ergernis over de bestaande banken. Die anti-houding overheerst in eerste instantie ook bij de initiatiefnemers van deze financiële start-up. Hoe kun je breken met de oude banken? Door anders, beter en slimmer te zijn. Geen handelaar in geld, maar een financiële dienstverlener met moderne technologie: een app, een website, een database en een klantgerichte serviceorganisatie. Vanuit een antikraak kantoorpand in Amsterdam Sloterdijk en met geld van Ali's webhostingbedrijf starten hij en Duke met het in huis halen van deskundigheid (IT, marketing, juridisch), codeerwerk, uitzoekwerk en netwerken opbouwen. In eerste instantie wordt gewerkt onder de naam Project Clear, vervolgens Bright Bank en vanaf de aanvraag van een bankvergunning onder de naam bunq.

Bankvergunning

Behalve het bemensen van de Raad van Commis-



straffeloos ongelezen kon blijven voor een goede beantwoording van de daaronder gestelde vragen), werden (maar) drie vragen gesteld over een (duidelijk) pijlschema, waarin de 'valkuil van de sociale zekerheid' werd weergegeven. Met een negatief verband tussen loonkosten en werkgelegenheid zijn de



sarissen (RvC) – Arthur Docters van Leeuwen wordt als beoogd voorzitter binnen 'gehengeld' en de moeizame werving- en selectieprocedure van een Chief Financial and Risk Officer (CFRO) kost vooral de aanvraag van een bankvergunning bij DNB de nodige tijd, energie en hoofdbrekens. Meer dan honderd punten omvat de checklist die moet worden afgewerkt voor de conceptaanvraag, met onderwerpen als statuten, betrouwbaarheid, waarborgen, zeggenschap, verdienmodel, voldoende eigen vermogen (meer dan €5 miljoen) en financiële kengetallen. Pas na zeven weken komt DNB met een antwoord op de conceptaanvraag: 23 pagina's vol vragen! Het afwijkend verdienmodel (o.a. met abonnementen), van mobiel naar mobiel betalen en de rol van de DGA (directeur grootaandeelhouder) blijken voor DNB heikele punten. De vragen worden beantwoord en 26 november 2013 gaat de definitieve aanvraag de deur uit. Rond Kerst 2013 lijkt DNB twijfels te hebben over de levensvatbaarheid van bunq.

Tijd verstrijkt. De concurrentie zit ondertussen ook niet stil. Het coderen is ondertussen met alle ups en downs doorgegaan, overigens met weinig succes. Evenals het wisselen van programmeertaal, van php via Scale weer terug naar php. In de zomer van 2014 vinden bij DNB toetsingsgesprekken plaats met leden van de Raad van Bestuur en RvC,

den die gepresenteerd worden, dat mag je ook van HVO-leerlingen best (vaker) vragen, in plaats van heel veel rekenwerk. Ik verbaas me echter over een vakbondseconoom die (kijkend naar deze samenhangen) een negatief direct verband tussen werkgelegenheid en looneisen legt. Als ik de kranten goed gelezen heb wordt, terwille van

vraag, so what? Bovendien moet ik weten dat er in de monetaire analyse zeker drie definities van bestaan (of stonden?), namelijk M1 (de gevraagde definitie), M2 (het geldhoeveelheidsbegrip van DNB van voor het eurotoepak) en M3, dat overeenkomt met gegeven begrip liquiditeitsmassa.

en een presentatie, demonstratie van de app. DGA Ali wordt duidelijk gemaakt dat men geen herhaling wil van de DSB. Bunq wordt gepresenteerd als de Whatsapp voor betalingen. Niet lang na storting van het niet terugvorderbare onderpand (16,7 miljoen) – grotendeels gefinancierd via een lening bij de ING – komt in september 2014 de bankvergunning los. Het zou echter tot 24 november 2015 duren, voordat bunq met een werkbare app (en bankpas) 'de lucht' inging en grote aantallen klanten kon gaan binnenhalen.

Beoordeling

Het boek is geschreven door een relatieve – maar betrokken – buitenstaander, die er uitstekend in slaagt feiten, persoonlijke gebeurtenissen, emoties en zakelijke beschouwingen te combineren tot een pakkend, spannend (non-fictie) boek. Het leest als een trein! Een boek dat makkelijk kan worden opgevoerd als toneelstuk of omgewerkt tot een scenario voor een road movie. Met een voorwoord van Joris Luyendijk. Het enige dat ik mis is een expliciet achtergrondkader, zoals wat er komt kijken bij het aanvragen van een bankvergunning? Nu valt dat slechts deels uit de context van het verhaal te halen.

Sonja van Veen

Landelijke nascholing nieuw examenprogramma Bedrijfseconomie



De nascholing rondom het nieuwe examenprogramma Bedrijfseconomie, ondernemerschap en financiële zelfredzaamheid zal in het schooljaar 2017 – 2018 plaatsvinden. Deze nascholing wordt net als bij de vernieuwing van het

examenprogramma Algemene Economie georganiseerd door het Landelijk Expertisecentrum Handel en Economie. De succesvol gebleken opzet van toen vormt ook nu de basis van de nascholing. Dit houdt in dat tijdens de vier bijeenkomsten er aandacht is voor zowel de inhoudelijke kant van het onderwerp als de vertaling hiervan naar de lespraktijk. Hoogleraren van verschillende universiteiten zullen in het ochtendgedeelte ingaan op de nieuwe inhoud. Mede op basis van de enquête gehouden tijdens de VECON-dag van maart 2016 zullen de vakinhoudelijke onderwerpen worden bepaald. In het middag gedeelte zullen vakdidactici en do-

centen in verschillende workshoprondes laten zien hoe deze onderwerpen in de klas aan bod kunnen komen. Zoals aanbevolen zal de vernieuwde taxonomie van Bloom daarbij als rode draad worden gebruikt. Ook wordt per onderwerp stil gestaan bij het onderscheid tussen HAVO en VWO. Kortom, de nascholing zet in op een inhoudelijke verdieping en een verrijking van het handelingsrepertoire van de docent.

De komende maanden wordt dit programma door het Landelijk Expertisecentrum, vakdidactici, docenten en de leerplanontwikkelaar van de SLO ontwikkeld. Het worden inhoudelijk en didactisch inspirerende bijeenkomsten, die de implementatie van het vernieuwingstraject in de klas verhelderen en vergemakkelijken. De bijeenkomsten zullen verspreid over het land plaatsvinden. Via o.a. dit tijdschrift (TEO), www.vecon.nl en de website van het Landelijk Expertisecentrum (www.expertisecentrumeconomie.nl) word je op de hoogte gehouden.

Impressies van de AEÉE - conferentie

Elke twee jaar organiseert de AEEE - in het kader van haar missie: het verbeteren van het economieonderwijs in Europa - een internationale conferentie in één van de aangesloten landen. Van maandag 22 augustus tot en met woensdag 24 augustus hebben zo'n 90 betrokken docenten, docentenopleiders en onderzoekers in Kufstein (Oostenrijk) met elkaar van gedachten gewisseld over relevante actuele ontwikkelingen zoals de Brexit, de migratieproblematiek en de financiële (on)geletterdheid. naast de mogelijke vertaalslag hiervan voor onze leerlingen in de lessen economie: compleet digitaal of het boek naast de i-Pad, lessen in het klaslokaal of daarbuiten? Bij keuze voor buiten het lokaal, hoeveel mag je dan flippen? In dit verslag een globale impressie.*

Ellen van den
Wijngaart - van
Helvoirt

Financiële (on)geletterdheid

Dr. Doris Ritzberger-Gruenwald van de Oostenrijkse Centrale Bank deed de aftrap rondom dit thema. De centrale banken zien zich voor een aantal uitdagingen geplaatst om draagvlak te creëren voor hun monetair beleid onder andere om herhaling van de crisis van 2008 te voorkomen. Onderzoek toont namelijk aan dat er misvattingen bestaan rondom kernbegrippen als inflatie en rentetarieven. Als daarnaast bekend is dat onvolgende begrip leidt tot ongewenst economisch gedrag dan is het duidelijk dat de centrale banken zich onder andere uitgedaagd voelen om ingewikkelde context te vertalen naar eenvoudig te begrijpen situaties. Een paar voorbeelden.

De resultaten zijn soms verbazingwekkend! Een eenvoudig verdeelvraagstuk: 'Vijf broers verdelen eerlijk € 1.000,00. Hoeveel ontvangt ieder?' Maar 94 % antwoordt juist. Van de mensen met alleen primair onderwijs antwoordt 87% juist en van de mensen met een academische opleiding antwoordt 97% juist (wat is er met 3% van de ondervraagde academici aan de hand?) De vragen worden steeds moeilijker en de verbazing groeit.

Inflatie

Het begrip 'inflatie': 'De broers geven pas volgend jaar de ontvangen € 1.000,00 uit. De inflatie be-

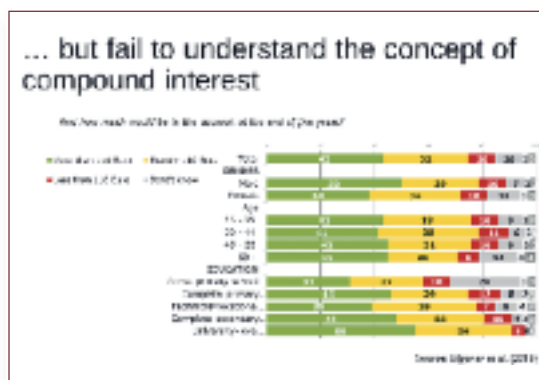
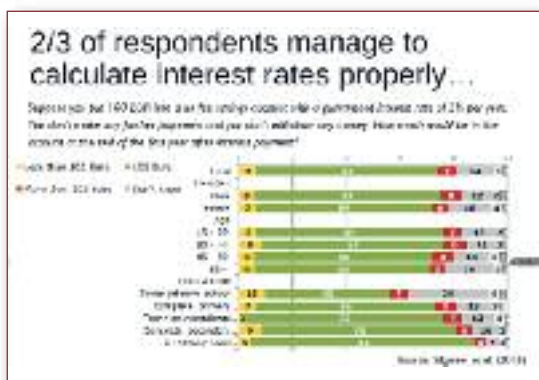
draagt 2% per jaar. Kunnen de broers meer, minder of evenveel kopen als vandaag?' Maar 59% antwoordt juist. Ondervraagden met alleen primair onderwijs 54% juist en academici 66% juist. Ook de inschatting van de hoogte van de inflatie loopt mis: bijna de helft schat de inflatie te hoog in. Ingeven door angst? Daarover later meer.

Eenvoudige berekeningen met rente. Fig. 1: 'Je zet €100,00 op de bank, laat het een heel jaar staan. De bank vergoedt 2% rente per jaar. Hoeveel staat er op je bankrekeningen na één jaar na bijschrijving van de rente?' Maar 67% van de ondervraagden antwoordt juist. Ondervraagden met alleen primair onderwijs kunnen deze vraag in meerderheid niet juist beantwoorden: slechts 46% antwoordt juist. Van de ondervraagde academici antwoordt slechts 83% juist. De uitkomsten naar dezelfde vraag met een looptijd van 5 jaar laten zich raden, zie fig. 2: gemiddeld 43% juist. Mensen met alleen primair onderwijs 31% juist en academici 55% juist.

Financiële (on)geletterdheid kan leiden tot (on)gewenst economisch gedrag: 'Je sluit een lening af in Zwitserse francs. De wisselkoers van de euro daalt ten opzichte van de Zwitserse franc. Heb je meer, minder of evenveel € nodig om de lening terug te betalen?' Iets meer dan de helft antwoordt juist, 54%. Van de mensen met alleen primair onderwijs antwoordt 41% juist van de academici 70%.

Voldoende redenen voor de centrale banken om een rol te spelen in de communicatie met het publiek. Een voorbeeld hiervan, afkomstig van de Oostenrijkse Centrale Bank, en nog veel meer voorbeelden vind je in de presentatie van Doris.

**‘An investment in knowledge
pays the best intrest’,
Benjamin Franklin**



Rol docent

Prof. Dr. Brent Kigner, de gastheer van de conferentie, benadrukte in zijn presentatie de rol van de docent. Hij stelde dat de meerderheid van zijn studenten (bedrijfs)economie aan de Fachhochschule een verkeerd beeld hebben van het begrip inflatie. Bij binnenkomst kiest de meerderheid van de studenten voor de uitleg in termen van geldontwaarding met alle negatieve gevolgen van dien. De meerderheid van de studenten hangt dientengevolge sowieso een bezuinigingspolitiek aan en wijst stimuleringspolitiek vrijwel categorisch af. Brent wijt het deels aan de beladen geschiedenis die de Duitse en Oostenrijkse studenten met zich meebrengen via verhalen van opa's en oma's. Onder andere in stand gehouden door tendentieuze publicaties in gerenommeerde kranten. Gelukkigervaart Brent na 'ingrijpen' van zijn kant nieuw en verrijkt inzicht bij zijn studenten.

Brexit

Prof. Dr. Michaël Wohlgemut, verbonden aan een Europese denktank in Londen en Berlijn, pleitte in zijn 'Europa à la Carte' voor een meer gedifferentieerde groei en verdieping van de EU. 'More flexible (dis)integration might have avoided Brexit and may allow U.K. back in....', was zijn stelling. James Buchanan pleitte in 1962 al voor differentiatie. Naarmate de heterogeniteit tussen de samenwerkende landen groter is, zijn de kosten van de unie groter. Die kunnen de voordelen van de samenwerking teniet doen. En heterogeen is de unie, gelet op de uitkomsten ten aanzien van het bbp, de werkloosheid, de staatsschuld, de alfabetisering en ook de heterogeniteit in politieke voorkeuren. Zowel de externe kosten als de 'uniekosten' stijgen naarmate sprake is van meer heterogeniteit. Wat doet dat met het draagvlak?

Tot slot bekeek Wohlgemut de zaak nog vanuit de zogenaamde clubtheorie. De club van 500 miljoen! Wat is de optimale clubgrootte? Ook hier blijken de schaalvoordelen afgewogen te moeten worden tegenover de kosten van integratie. De clubtheorie mondt ook weer uit in een pleidooi voor differentiatie.

Migratie

Steve Hurd, één van de mensen van het eerste uur van de AEEE, confronteerde ons met het migratieprobleem. Een emotioneel onderwerp. Zeker gezien de verschillende achtergronden van de leerlingen in de klas is het vooral belangrijk om bestaande vooroordelen en misconcepties bij leerlingen op te sporen. We gaan natuurlijk uit van de feiten. Maak je niet schuldig aan selectief zoeken! Leerlingen moeten het onderscheid tussen feiten en meningen ontdekken. Een grote zoektocht aan de hand van het beantwoorden van vele vragen die leven. De antwoorden zullen variëren afhankelijk van de positie, de rol die je inneemt?! Een zoektocht voor zowel docenten als leerlingen. Maar zeer

de moeite waard. De economische dimensie van migratie is evident. Aanbevolen literatuur: 'Cast Away', Charlotte McDonald-Gibson, 'The new Odyssey', Patrick Kingsley, 'Exodus', Paul Collier (deze laatste is al in het Nederlands verkrijgbaar).

Diversen

Niet alle presentaties werden verzorgd door Europeanen. Uit Taiwan kwam een onderzoek naar selectie aan de poort wel of niet in het voordeel van de sociaal zwakkeren? Zuid-Afrika en Japan wilden in hun presentaties aantonen dat wiskunde onmisbaar is voor het vak economie. Canada heeft in verschillende presentaties aandacht gevraagd voor duurzame ontwikkeling.

Naast inhoud is ook aandacht geschonken aan de manier van lesgeven. Flipping de classroom is er in gradaties: Nederlandse, Franse, Oostenrijkse, Deense en Poolse bijdragen. Nederland en Denemarken lopen voorop. Een opmerkelijke uitkomst van een onderzoek in Wenen: de studenten waardeerden 'flipping the classroom' boven de klassikale lessen, maar kiezen desondanks voor klassikale lessen. Gebrek aan zelfvertrouwen? Klaslokaalexperimenten lijken steeds wijder verbreid te worden: bijdragen uit Nederland, Duitsland, Polen en Canada.

Maar één uitgever was bereid gevonden om een bijdrage te leveren. Essener heeft de methode maatschappijleer voor vmbo volledig gedigitaliseerd. De auteur, Bart Gommers heeft enerzijds aangegeven wat mogelijke valkuilen zijn als scholen helemaal digitaal willen gaan en anderzijds het gemak van een digitale methode in de klas gekoppeld aan motivatietriggers als Kahoot en Socrative.

Tot slot

Naast de presentaties vormden de zogenaamde 'wandelingen' een grote bron voor informatie en voor je netwerk. Dat werd deels georkestreerd door de gezamenlijke koffie- en lunchpauzes en deels door het niet te verwaarlozen sociale programma. Al hikend, gewoon wandelend en al wijn proevend kunnen discussies worden voortgezet. Misconcepties kunnen ook hier nog worden bijgesteld en vriendschappen kunnen worden gevormd. Dit was mijn vierde AEEE-conferentie. Dit keer helemaal in vakantietijd (is namelijk meestal in de laatste week van augustus). Er waren uitmuntende, goede, minder goede en enkele ronduit slechte presentaties. (Elke teleurstelling begint overigens met een verwachting.....) Ik kijk uit naar de 22e conferentie, in 2018, waarschijnlijk in Denemarken of Italië.

***Van de in totaal 48 presentaties heb ik er 22 bijgevoond. Vrijwel alle presentaties vind je op www.economicseducation.nl. Van harte aanbevolen!**



Even wennen, die nieuwe website ...

In dit stukje wat informatie. Op maandag 17 oktober was de nieuwe website online. Nog diezelfde dag kregen we mailtjes met complimenten, maar ook met vragen. Inloggen lukt niet meer, help!



In de loop van de woensdag ontvingen alle leden, waarvan wij het e-mailadres hebben, een mail. De tekst van de mail heeft voor wat beroering gezorgd. De tekst is eigenlijk bedoeld voor nieuwe aanmeldingen waardoor diverse mensen het idee hadden te maken te hebben met een phishing mail. Heb je geen mail ontvangen? Mail even naar webmaster@vecon.nl. Vergeet niet je lidnummer te vermelden en, zeker als je het lidnummer niet weet, je volledige naam en adresgegevens.

Ledenadministratie

Omdat de website en de ledenadministratie nu aan elkaar gekoppeld zijn is er eigenlijk een geheel nieuwe ledenadministratie. Daar heeft het nodige voor moeten gebeuren, zoals het met de hand overtypen van een groot aantal namen. Gevolg daarvan is dat er hier en daar een typefout zal zijn gemaakt. Mail gerust naar ledenadministratie@vecon.nl als je naam niet goed is gespeld, je voorletters niet kloppen, enz. Wij zetten het recht.

Alle leden hebben nu een lidnummer met 6 cijfers. Leden die al langer lid zijn hadden deels een korter nummer. Zij zien nu hun oude nummer terug met daaraan voorafgaand een 2 en soms ook één of meer nullen, bijvoorbeeld 1238 wordt 201238.

Zelf profiel bijwerken

Adreswijzigingen, andere school, wijziging e-mail-

adres, bevoegdheid en interesse in bepaalde schooltypes of vakken kun je voortaan zelf regelen via het profiel op de website. Omdat er in de afgelopen maanden al veel handwerk is verricht door de ledenadministratie hopen we dat je ook de adreswijziging, die je misschien al een aantal weken geleden netjes hebt doorgegeven toch zelf wilt doorvoeren. Dat scheelt ons heel veel werk.

'In opbouw'

Zoals je kunt zien is de nieuwe website nog niet helemaal klaar. Het frame staat, veel teksten zitten er al in maar de vulling van de kennisbank, oude tijdschriften, links naar andere organisaties, enz. is nog maar net opgestart. Om deze reden is voorlopig de oude website nog bereikbaar. Op deze website kun je inloggen met je oude inloggegevens. Als je die niet meer weet of niet hebt gehad, omdat je nog maar net lid bent kun je tijdelijk gebruikmaken van een algemene inlog. De gebruikersnaam is '300000' en het wachtwoord is 'geheim'.

Voor de Business test en het Business game is een aparte voorziening gemaakt. Ze zijn niet meeverhuisd naar het nieuwe systeem. Als je hier gebruik van wilt maken, kun je voorlopig nog inloggen met je oude gegevens. Heb je die niet (meer) dan kun je nieuwe inloggegevens aanvragen bij de webmaster.

Contributie en facturering

Een groot voordeel van de nieuwe ledenadministratie is het feit dat we nu iedereen een factuur kunnen sturen voor de contributie en voor het bijwonen van studiedagen. Daar was erg veel vraag naar. In veel gevallen zal op die factuur staan dat het bedrag via automatische incasso is geïncasseerd. Leden die nog geen toestemming hebben gegeven voor automatische incasso krijgen een factuur waarop staat dat ze moeten betalen. We gaan de betalingstermijnen streng in de gaten houden, sommige mensen zijn erg slordig met betalen. Kies a.u.b. voor automatische incasso, minder werk voor ons en goedkoper voor het lid want je betaalt €5,- minder. Toestemming voor automatische incasso kun je mailen naar ledenadministratie@vecon.nl.

Heb je de nieuwe website al bekeken via je tablet of smartphone? Mooi toch?

Vervolg van pagina 61

Mijn studenten zoeken dus verder en komen terecht op websites van bevoegde leraren economie, youtube-kanalen met uitlegvideo's en andere online bronnen. Ze proberen hier hun eigen lessen mee te maken. En dan lopen ze een risico, zoals jij terecht stelde in jouw column. Voor een individuele leraar is het inderdaad een "huzarenstukje" om "consistent lesmateriaal met brede doorlopende leerlijnen" te ontwikkelen. Of beter gezegd: het is eigenlijk niet te doen.

Gebrek aan tijd is hierbij misschien wel de belangrijkste factor. Zoals de opstellers van de oproep 'Geef docenten tijd en ruimte' stellen in hun opinie-stuk in Trouw (17 september 2016): "In het voortgezet onderwijs krijgen we per les van 50 minuten ongeveer 15 minuten voorbereidingstijd en 15 minuten om op te sparen voor nakijktijd. In Nederland geven we per voltijd baan simpelweg 20% meer les dan het Europees gemiddelde." Ze vervolgen: "De Tweede Kamer nam in juni 2016 een motie aan om het gemiddeld aantal lessen per week met 20% terug te brengen tot het gemiddelde van Europa. Toch heeft de regering al gezegd dat het geld kost en dat dit geld er niet is." Op (middel-)lange termijn hoeven we dus weinig te verwachten van Den Haag. Gevolg is helaas wel dat een heleboel goede leraren afhaken.

Leraren willen graag hun eigen lesmateriaal in een consistente leerlijn ontwikkelen maar kunnen het dus vaak niet. Door een gebrek aan tijd en door het magere digitale aanbod van grote educatieve uitgeverijen (zoals jouw eigen Malmberg).

Digitaal lesmateriaal biedt vergaande mogelijkheden om kennis over te dragen. Maar helaas zetten jullie in op het boek achter glas, onder het mom van 'adaptief en gepersonaliseerd leren'. Dat is ook wat jullie kunnen en al tientallen jaren hebben gedaan, waarvoor teams van redacteurs in dienst zijn, waar de hele organisatie op is ingericht. Helaas betekent het ook dat jullie het verguisde 'nieuwe leren' nieuw leven proberen in te blazen. Dit keer in een digitaal jasje. Maar ideologie en technologie met de zelfstandige leerling als uitgangspunt gaan voorbij aan de essentiële rol van de leraar.

Een leraar wil best een methodeslaaf zijn, als de lesmethode ook echt wat te bieden heeft. Wanneer gaan jullie eens lesmateriaal aanbieden waarmee een leraar zelf eenvoudig digitale lessen kan maken? Met inhoud die naar eigen inzicht is te gebruiken en aan te passen en waarbij het uitwisselen van kennis en ervaring tussen leraren gestimuleerd wordt. De VECON wil een poging wagen met haar nieuwe 'digitale communicatieplatform'. Ik ben ervan overtuigd dat hier een grote kans voor educatieve uitgeverij ligt. Dus, beste Jeroen, aan de slag!

**Groeten,
Lenie Kneppers**

Henk Douna is leraar economie en M&O op Het Amsterdams Lyceum en oprichter van Cumulus, een nieuwe lesmethode economie.

Stem op de Peerprijs 2017!

Medio oktober zijn de genomineerden voor de Peerprijs bekend en staan ze op de website www.vecon.nl/peerprijs. De Peerprijs is dé prijs voor didactisch inspirerend economisch lesmateriaal. De genomineerden worden met het door hen ontwikkelde lesmateriaal in TEO voorgesteld.

Tot 1 maart 2017 kun je je stem uitbrengen. De stemmen van de gebruikersjury tellen even zwaar mee als die van de vakjury (50/50). De drie winnaars worden bekendgemaakt op de VECON-studiedag van 22 maart 2017. Met vragen kun je terecht op peerprijs@vecon.nl

**Zelf een
artikel
schrijven?
Neem
contact op
via
[redactie@
vecon.nl](mailto:redactie@vecon.nl)**



Theo Roos

Wie ben je?

“Ik ben Theo Roos, inmiddels 56 jaar. Tot 1997 heb ik van alles gedaan. Daarna heb ik de stap naar het onderwijs gemaakt, eerst de HES Amsterdam en sinds 2002 op het Amstelveen College.”

Hoe ben je actief geworden in de Vecon?

“Na het bijwonen van de examenbesprekingen heb ik me op een gegeven moment aangemeld om kringvoorzitter te worden. De volgende stap was lid worden van de sectie BE in 2016.”

Sinds eind maart ben je voorzitter van de sectie Bedrijfseconomie. Waar is de sectie momenteel mee bezig en wat zijn de plannen voor 2017?

“De sectie is vooral bezig rond het nieuwe programma Bedrijfseconomie. Zo hebben we regelmatig contact met het CvTE en het CITO. We koesteren deze goede contacten. We zijn met de sectie ook vertegenwoordigd bij de groep docenten die onder auspiciën van het SLO de handreiking schoolexamen voor het nieuwe programma schrijft. Daarnaast zijn we betrokken bij het opzetten van de nascholing voor het nieuwe programma, samen met de VU, University Tilburg en het Landelijk Expertisecentrum Economie en Handel.”

De Vecon Business School (VBS) is een succesvolle spin-off van de Vecon en telt inmiddels meer dan 60 gecertificeerde scholen. Jij bent bestuurslid van de verzelfstandigde stichting VBS. Hoe is de invloed, zeggenschap van de Vecon geregeld? En wat verandert er voor de deelnemende scholen?

“De stichting is opgericht door de VECON. Als bestuurslid namens de VECON behartig ik ook de belangen van de VECON. Onze vereniging houdt invloed, want een aantal belangrijke besluiten, zoals bijvoorbeeld verandering van beleidsplannen of wijziging van de statuten, behoeft de goedkeuring van de VECON. Voor de deelnemende scholen zal er niet veel veranderen, omdat de mensen die de VBS hebben opgezet actief blijven.”

Talenten bij leerlingen herkennen en ontwikkelen is voor veel VO-scholen een belangrijk doel. Hoe kan de Vecon volgens jou een rol spelen bij die talentontwikkeling?

“De VECON kan, denk ik, vooral een belangrijke rol spelen bij de ontwikkeling van docenten. VECON faciliteert verschillende bijeenkomsten waar docenten elkaar kunnen ontmoeten. Daar kunnen docenten ideeën uitwisselen en leren van elkaar. En met meer kennis en ideeën kun je talentvolle leerlingen beter uitdagen.”

Netwerkbijeenkomst VECON BUSINESS SCHOOL op 4 oktober 2016

Ook dit najaar was er weer een netwerkbijeenkomst van VBS. We waren te gast bij de HAN-ILS in Nijmegen.

Een prachtige locatie en tot onze verrassing is men ook op de lerarenopleiding actief bezig met ondernemerschap en ondernemendheid. Dit doen ze in samenwerking met het Centrum voor Valoriseren en Ondernemerschap van de HAN. Een kort verslag van hun plenaire presentatie is onderdeel van het verslag van de netwerkbijeenkomst. Ze overwegen om de ontwikkelde modules ook via een cursus aan te bieden aan docenten VO. Een mooie mogelijkheid om je te ontwikkelen in de didactiek van ondernemerschapsonderwijs. Heb je belangstelling? We horen het graag via info@veconbusinessschool.nl.

Het programma van de netwerkbijeenkomst bestond uit een tweetal plenaire presentaties van ondernemers, twee workshoprondes waarin zowel mensen van buiten als leraren van scholen die zijn

aangesloten bij VECON BUSINESS SCHOOL hun kennis en ervaring deelden, een ronde gesprekstafels waar in kleinere groepen werd gesproken over ervaringen en tips werden gedeeld en tot slot nog een plenaire ronde waarin de HAN vertelde over het project rondom ondernemerschap.

Natuurlijk waren er ook wat standjes van organisaties die iets te bieden hebben voor scholen die actief bezig zijn met ondernemerschap en een paar uitgeverijen. Er zijn weer de nodige contacten gelegd, er is veel gepraat met collega's van andere scholen, de meesten deden ook dit keer weer inspiratie en nieuwe ideeën op. En dat is precies de bedoeling van dit soort bijeenkomsten!

Een verslag, foto's en aanvullend materiaal staan op de website www.veconbusinessschool.nl. (<https://www.vecon.nl/pagina/26028/netwerkbijeenkomsten-terugblik>)

Van de voorzitter

Studiedag en kennisbank



Het thema 'Van globaal naar lokaal' lijkt misschien vooral een zaak van het vak algemene economie maar er zitten natuurlijk veel meer kanten aan. Ik ben erg benieuwd naar de artikelen, die in dit tijdschrift staan. Bijvoorbeeld naar de concrete uitwerking van het aspect 'lokaal' en de koppeling tussen theorie en praktijk.

Mis je iets? Heb je zelf een mooi idee, dat aansluit bij het thema of één van de artikelen? Misschien is dat dan een goede basis voor een lezing of workshop tijdens de studiedag van 22 maart 2017 die over dit zelfde thema gaat. Onze secretaris Gerda van Heck (secretaris@vecon.nl) leidt de commissie studiedag en staat open voor suggesties. Ook de hoofdredacteur Hans Semeijn (redactie@vecon.nl) houdt van reacties op artikelen en suggesties voor een vervolg.

Die studiedag is trouwens niet zomaar een studiedag. We hebben namelijk een jubileumcongres, want de Vecon bestaat 35 jaar! We pakken dus uit met meer goede lezingen en workshops, een extra mooie locatie en meer collega's om mee te netwerken.

Kennisbank

Wanneer je dit tijdschrift leest heb je waarschijnlijk ook de nieuwe website, pardon: het nieuwe communicatieplatform, gezien. Wat vind je ervan? Leesbaar op je mobiel, moderne vormgeving, veel informatie, een forum en een kennisbank in opbouw..... want daar staat nog niet zoveel in. Jammer natuurlijk, maar de tijd ontbrak om dit al in orde te hebben. Diverse mensen zijn aan de slag met materiaal, dat al op de oude site stond. Binnenkort starten we met het beoordelen van nieuw materiaal. Heb je ook iets moois liggen (of iets dat potentie heeft maar nog niet af is), dan ontvangen we dat graag. Als iedereen iets inlevert, hebben we 2000 items in de kennisbank! Aarzel niet, ook al is het nog niet perfect. Stuur je materiaal naar webmaster@vecon.nl. Kijk misschien eerst even op de site, bij 'inleveren materiaal kennisbank'.

Daar staat een formulier waarop je kunt aangeven wat je precies inlevert, voor wie het bestemd is, enz. Dat maakt jouw materiaal vindbaar voor anderen.

Jeannet Hommel

**Kom ook naar de
VECON-studiedag**
woensdag 22 maart 2017, De Reehorst, Ede

Adverteren in TEO?

Vraag vrijblijvend een offerte aan. Mail naar advertenties@vecon.nl of bel 06-42717964 (Gert-Jan de Boer).

**Kijk ook eens op het
vernieuwde
communicatieplatform:
www.vecon.nl**



VECON, Vereniging van leraren in de economisch/maatschappelijke vakken, opgericht 16 januari 1982, voortzetting van de VEMO en de VSW.

Doel

Het doel van de vereniging is (a) het bevorderen van onderwijs in de economisch/maatschappelijke vakken en (b) het behartigen van de belangen van leraren, die les geven in de economisch/maatschappelijke vakken, voorzover het niet hun individuele rechtspositie betreft.

Tijdschrift

Het Tijdschrift voor het economisch Onderwijs is de voortzetting van 'Economisch maatschappelijk didactisch tijdschrift, EMD' (1970-1982), 'Didactiek der sociale wetenschappen' (1970-1982) en het voormalig 'Tijdschrift voor het economisch onderwijs' (1900-1970)

Algemeen bestuur

J.M. (Jeannet) Hommel-Rozendaal, voorzitter
Nolweg 29, 4209 AX Schelluinen
tel: 0183-614162
e-mail: voorzitter@vecon.nl
G. (Gerda) van Heck, secretaris
Lelieveld 68, 2914 CD Nieuwerkerk aan den IJssel
tel: 0180-312450
e-mail: secretaris@vecon.nl
P. (Peter) Post, penningmeester
Burg. Van Heugtenlaan 73, 2911 HA Nieuwerkerk aan den IJssel
tel: 0180-317584
e-mail: penningmeester@vecon.nl
Thomas Oosterkamp, algemeen bestuurslid
De Krimpe 3, 8375 JB Oldemarkt
tel: 06-54293890
e-mail: thomas-oosterkamp@hotmail.com
Drs. H.M. (Henk) van den Boomgaard, voorzitter sectie Algemene Economie
T.(Theo) Roos, voorzitter sectie Bedrijfseconomie
J. (Johan) van der Leeden, voorzitter sectie VMBO

Vacatures

Vicevoorzitter, tweede secretaris en leden-administrateur
email: ledenadministratie@vecon.nl

Bestuur sectie Algemene economie HAVO/VWO

Drs. H.M. (Henk) van den Boomgaard, voorzitter sectie AE
De Rode Haan 10, 3768 HZ Soest
tel: 06-55784510
e-mail: sectieae@vecon.nl
Drs. A.F. (Alphons) Mantel, Kapteynlaan 43 3571 XK Utrecht
e-mail: wiltenburgh@online.nl
M. (Mark) Sikkens, Westeinder 23 8032 CW Zwolle
tel: 06-15217147
e-mail: m.sikkens@windesheim.nl
P.H. (Peter) Voorend, Veldstraat 70, 9630 ZWALM, België
e-mail: provoo@msn.com
Drs. S.A. (Arianne) de Wit- van der Linden, Jacob de Witstraat 7 2102 BL Heemstede
tel: 06-42097169
e-mail: adewit@hageveld.nl

Bestuur sectie Bedrijfseconomie

T. (Theo) Roos, voorzitter sectie BE
Prinses Margrietlaan 14 2461 VC Ter Aar
tel: 06-42013410
e-mail: vecon@yourchance.nl
Drs. W.J.M. (Wim) de Reuver, secretaris
Marislaan 34 3582 HG Utrecht
tel: 030-2512675
e-mail: wimdereuver@zonnet.nl
Drs. F. (Franck) Ballieux, Haagwinde 28 3297 WJ Puttershoek
tel: 06-41469507
e-mail: f.ballieux@gmail.com
Drs. M.W.(Marjolein) van Heezik-Davits, Paasberglaan 28 5628 DN Eindhoven
tel: 040-7851735
e-mail: m.vanheezik@augustinianum.nl
Drs. J.A. (Hans) de Jong, De Grienden 8 3297 WB Puttershoek
tel: 078-6760850
e-mail: info@jongadvies.nl

Drs. P.D. (Peter) Nessen, Ter Gouwstraat 12Hs 1093 JZ Amsterdam
tel: 020-6683562
e-mail: nessness@chello.nl
N. (Nel) Vijzelaar, Graaf Willemstraat 5D 1135 WP Edam
tel: 0299-372815
e-mail: n.vijzelaar@quicknet.nl

Bestuur sectie VMBO

J. (Johan) van der Leeden, voorzitter
Molenstraat 133 3764 TE Soest
tel: 06-42805193
e-mail: J.vanderLeeden@minkema.nl
G. (Geury) de Vries, secretaris
Grote Gracht 11 8051 VH Hattem
tel: 038-4443941
e-mail: geurydevries@planet.nl
H. (Hans) Dijkstra, Penninghove 52 2726 BT Zoetermeer
tel: 079-3514215
e-mail: dijkha@ziggo.nl
D. (Diederik) van Stempvoort, Mercatorplein 82, 1056 CL Amsterdam
tel: 06-37195515
e-mail: diderik19@gmail.com

Commissie International European Economics (IEE)

Theo Roos, Prinses Margrietlaan 14, 2461 VC Ter Aar,
tel. 06-42013410,
e-mail: vecon@yourchance.nl

Sectie Vakdidactiek

Maurice Straatmans, voorzitter
e-mail: Maurice.Straatmans@HAN.nl

Contributie en abonnementen

Voor 2016 is de contributie voor gewone leden €48,= en voor studenten en gepensioneerden slechts €24,=. Voor VECON-leden is het abonnement op het Tijdschrift voor Economisch Onderwijs (TEO) gratis. Niet-leden betalen €130,=. Deze bedragen gelden bij automatische incasso.
Door automatische incasso machtigt je de penningmeester om contributie of abonnementsgeld automatisch van je bankrekening te laten afschrijven. Kies je voor niet-automatisch betalen, dan betaal je €5,= meer. Door machtiging bespaar je ons werk én jezelf €5,=.

Ledenadministratie en abonnementenadministratie

Aanmelden als lid, bedanken als lid, nieuwe abonnementen, opzeggen abonnementen en adreswijzigingen bij voorkeur via e-mail.
E-mailadres: ledenadministratie@vecon.nl of via de website www.vecon.nl (webmaster: webmaster@vecon.nl). Desgewenst is als postadres te gebruiken het adres van de secretaris van het Algemeen Bestuur. Het verenigingsjaar valt samen met het kalenderjaar.
Annulering van het lidmaatschap kan uitsluitend plaatsvinden per 31 december. Bericht van opzegging moet vóór 1 december zijn ontvangen bij de ledenadministratie (Statuten art 6, lid 1b).

Correspondentie

Gelieve alle correspondentie inzake de vereniging te richten aan de secretaris van het Algemeen Bestuur.

Losse nummers

Nazenden van oude losse nummers is mogelijk (indien voorradig) tegen €10,- per stuk; potentiële leden kunnen een proefexemplaar aanvragen tegen €3,- per stuk

DE KERN VAN DE ECONOMIE

!
VERSCHENEN

solide
serieus
actueel



dr. Arnold Heertje



WalburgPers | **Educatief**

- **Vierde, geheel herziene editie voor bovenbouw havo en vwo.**
Helder, toegankelijk en enthousiasmerend voor leerlingen en docenten.
- **In De Kern van de Economie is de leerstof van de nieuwe syllabi voor de eindexamens van 2017 en 2018 integraal opgenomen.**
 - > De Kern behandelt grondig alle nieuwe specificaties uit de syllabus van het CvTE voor domeinen H en I (monetaire theorie en macro-economie).
 - > De Kern behandelt alle evenzeer ingrijpende macro-economische vernieuwingen en monetaire verdieping in het havo-examenprogramma.
 - > Inclusief uitwerkingen, docentenhandleiding, toetsen en uitgebreide examentraining met bewerkte examenopgaven.
- **Ondersteunend pakket digitale middelen voor gebruik op digibord en iPad. De toetsen zijn digitaal leverbaar en door de docent aan te passen.**

Neem contact op via www.dekern-wpe.nl voor aanvraag van beoordelingsexemplaren of een informatief schoolbezoek.

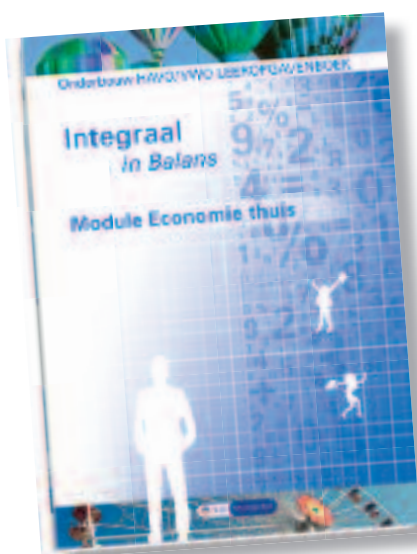
Standpunt VECON:

'Leerlingen en docenten hebben geen andere keus dan zich op de vastgestelde inhoud voor de examens van 2017 en 2018 voor te bereiden.'

- Postbus 4159, 7200 BD ZUTPHEN
Zaadmarkt 86
T 0575-519952
E dekern@wp-educatief.nl



Integraal



in Balans



 Van Vlimmeren

Beoordelingsexemplaren te reserveren via info@vanvlimmeren.nl

Uitgeverij Van Vlimmeren B.V.
De Meeten 21
4706 NJ Roosendaal
KVK: 20080439

T: (0165) 54 88 24
F: (0165) 54 88 23
I: www.vanvlimmeren.nl
E: info@vanvlimmeren.nl

in  BALANS