

‘Het Inwonersinitiatief als bedrijf’

Ondernemerschap als kritische succesfactor voor continuïteit.

Inleiding

Dit whitepaper is bedoeld voor initiatiefnemers en betrokkenen vanuit de lokale overheid. ASK (Arcon en Stimuland) en GroeiLAB! bundelen hiermee hun expertise om zo bij te dragen aan de verduurzaming van inwonersinitiatieven en daarmee het succes en impact op de langere termijn te vergroten. Dit whitepaper geeft informatie ter voorbereiding op de innovatietafel van 8-3-2018.



Na een vaak vliegende start van een inwonersinitiatief, waarbij in startfase meestal nog ondersteuning was van overheden en fondsen, wordt het na die startfase opeens moeilijker voor initiatieven om door te kunnen blijven gaan. Het duurzaam organiseren of groter aanpakken van een inwonersinitiatief is moeilijker dan gedacht. We zien daar een aantal oorzaken van.

Vanuit passie en motivatie moet de aandacht meer verschuiven naar organiseren en managen, en daar gaat het vaak mis. Wij zijn ervan overtuigd dat een bedrijfsmatige benadering en het stimuleren van ondernemerschap de kans op langdurig succes vergroot. Als initiatieven daarin van elkaar kunnen leren wordt de impact nog veel groter.

Dit whitepaper gaat hier op in. In eerste instantie schetsen we wat we zien in de wereld van inwonersinitiatieven. Vervolgens nemen we je mee in de parallellen tussen het organiseren van een inwonersinitiatief en het starten van een bedrijf.

We geven informatie over de winst die we met elkaar gaan boeken door inwonersinitiatieven als onderneming te benaderen. Tenslotte beschrijven we een aantal strategische keuzes om dit te bereiken.

Wat zien wij binnen ASK?

Overijssel is rijk aan eigen initiatief. Vaak wordt het niet eens zo genoemd omdat het gewoon wordt gevonden. Inwoners pakken maatschappelijke vragen zelf op in hun eigen omgeving. Een ontwikkeling die gemeenten vaak toejuichen en willen stimuleren.

Initiatiefnemers starten heel enthousiast vanuit hun betrokkenheid bij de samenleving, een doelgroep of een thema. Er is eigenlijk altijd sprake van een grote intrinsieke motivatie. Juist omdat de betrokkenheid en motivatie zo groot is stoppen initiatiefnemers er veel tijd en energie in.

Het risico dat het initiatief vervolgens aan zijn succes ten onder gaat is reëel.

- Initiatiefnemers beschikken vaak vooral over kwaliteiten in het opzetten van initiatieven, het oplossen van de problematiek, en niet per definitie ook in het uitvoeren en borgen van het initiatief.
- Er ontstaat vaak een keerpunt op het moment dat inwonersinitiatieven goed draaien. Ze zijn te succesvol, worden te groot, of kosten gewoonweg te veel tijd in combinatie met werk en privé. Daardoor neemt de werklast toe.
- Inwonersinitiatieven moeten zich met zaken bezig houden die ze niet altijd leuk vinden
 - Omgaan met wet- en regelgeving,
 - het managen van een team mede-inwoners,
 - subsidie aanvragen of
 - een businessplan maken.

Dit alles staat vaak te ver af van de passie waarmee het begon. Mooie succesvolle initiatieven verduurzamen blijkt moeilijker dan gedacht. En het idee was zo goed! Dit vraagt om een andere aanpak. Eén met een bedrijfsmatige manier van denken en doen op basis van ondernemerschap. Dit sluit aan bij de door overheid gewenste ontwikkeling in het kader van the Right to Challenge.

Een van de oplossingen om initiatieven continuïteit te bieden ligt bij het meer ondernemend en bedrijfsmatig denken en doen. Veel initiatiefnemers en ook gemeenten kijken daar met argwaan naar. De overheid spreekt een andere taal en initiatiefnemers praten over het algemeen ook niet over hun sales, PR, businessmodel of marktanalyse. Maar in hoeverre verschilt ondernemerschap van een inwonersinitiatief? Ondernemerschap draait ook om passie. Ondernemen gaat ook over doen waar je goed in bent. Netwerken, draagvlak vergroten, onderzoeken en organiseren hoort ook hier tot de taken.

Ondernemerschap volgens GroeiLAB!

Ondernemerschap gaat over het zien van kansen, het benutten van kansen en waarde kunnen toevoegen. De eerste twee onderdelen gaan over een ondernemende houding: het zien van kansen en die ook weten te benutten. Waarde creëren gaat over wat het benutten van die kans oplevert. Deze waarde kan in geld worden uitgedrukt maar ook in zaken als een goede reputatie, een compliment, aandacht of maatschappelijk rendement.

Als er iets gemeenschappelijk is in de diverse vormen van ondernemerschap, dan is dat vernieuwing, ofwel innovatie. Een ondernemer zorgt ervoor dat er vandaag iets is, dat er gisteren nog niet was. Zij levert daarmee een belangrijke bijdrage aan de groei van de economie.

Vaak start een ondernemer (en ook een initiatiefnemer) vanuit een eigen idee en/of professionaliteit. Ondernemen of ondernemerschap vraagt andere kennis, vaardigheden en houdingsaspecten. Deze aspecten zijn ook noodzakelijk in de ontwikkeling, start en uitvoering van burgerinitiatieven.

Inwonersinitiatiefnemers zijn misschien wel dé sociaal ondernemers van Nederland.

Kenmerken van de ondernemer

Alle onderstaande kenmerken zijn zichtbaar bij succesvolle ondernemers. Redenen, vaardigheden waarom zij slagen in waar ze aan begonnen zijn. Deze kenmerken zijn ook van toepassing op succesvolle initiatiefnemers van initiatieven.

Motivatie

Succesvolle ondernemers zijn altijd ondernemers die hun ideeën ook echt uitvoeren. Ze zijn zwaar gemotiveerd om hun idee of hun product aan veel mensen te laten zien en te verkopen. Die motivatie kan heel goed voortkomen uit een eigen behoefte: als jij iets mist in je leven en je bedenkt er een oplossing voor,

Passie

Als je zo intensief met je eigen bedrijf bezig bent, lukt dat alleen als je gepassioneerd bent voor het product of de dienst die je aanbiedt. Maar pas op! Passie kan je ook afleiden van je uiteindelijke doel. Als je heel enthousiast bent over iets, ben je ook geneigd om alles aan te pakken dat maar op je weg komt en dat ook maar enigszins met je passie te maken heeft. Maar neem je teveel hooi op je vork, dan kost dat je kostbare energie die je anders aan je hoofddoelstellingen zou besteden.

Creatief

Eigenwijs en onafhankelijk

Stug je eigen pad bewandelen, heeft zo zijn voordelen als je ondernemer bent. Het maakt je namelijk immuun voor de pessimisten om je heen. Het zorgt ervoor dat je helemaal voor je eigen toko gaat en dat je in staat bent om een eigen koers te varen.

Innovatie, open staan voor vernieuwing

Elk bedrijf en elke ondernemer moet zich voortdurend vernieuwen. De wereld om ons heen verandert razendsnel. Door nieuwe technologieën veranderen behoeften van consumenten en komen er nieuwe technieken en processen waarmee je je bedrijf nog beter of gemakkelijker kunt organiseren.

Het bedrijf, 5 kenmerken

5 belangrijke kenmerken in de ontwikkeling van idee naar bedrijf (lees: Inwonersinitiatief) zijn:

Kansen creëren

Het creëren en zien van kansen is de basis voor de ontwikkeling van een bedrijfsconcept. Op basis van de vraag, het probleem of de idee zoekt de ondernemer naar creatieve manieren om een model te ontwikkelen dat concreet en haalbaar is.

Hierbij is het van belang om te verbinden met andere partijen en informatie te combineren, zodat de kans van slagen zo groot mogelijk wordt. Ook het doen van (markt)onderzoek en beoordelen van soortgelijke initiatieven draagt bij aan de mate waarin een slim bedrijfsconcept ontwikkeld wordt.

Bedrijfsconcept, (maatschappelijke)verdienmodellen

Het bedrijfsconcept bestaat uit het verdienmodel. Dit klinkt als een commercieel stuk, wat het bij een reguliere start-up ook is. In het kader van inwonersinitiatieven gaat het om de wijze waarop het initiatief slim georganiseerd wordt. Schaalbaar, efficiënt en met het meeste resultaat, met de minste inspanning. Co-creatie is ook een belangrijk onderdeel. Zorgen dat met het leggen van verbinding er nog meer resultaat geboekt kan worden. Een goed (business)model draagt bij aan de continuïteit.

Planning, controle en financiën

Bij een goede start hoort een stevige manier om te sturen op begroting en realisatie van het bedrijfsconcept. Focus houden op de dingen die ertoe doen. Hier bewust mee omgaan en dit vormgeven in duidelijke processen is een kwestie van slim organiseren. Het draagt bij aan het beheersbaar houden van het initiatief en maakt eventuele schaalvergroting mogelijk.

Ook is daarmee de verantwoording achteraf eenvoudiger.

Marketing en Sales

Het bepalen van de klantgroepen, vaststellen in welke behoefte wordt voorzien en hierop een strategie bepalen om de markt te benaderen is belangrijk in het kader van succes. Goede marketing en sales is essentieel voor de start van een bedrijf. Zo ook bij een Inwonersinitiatief. Belangrijke organisaties en betrokkenen informeren, op een slimme en goede manier zorgt voor draagvlak en betrokkenheid.

Levenscyclus van een bedrijf

De levenscyclus van een bedrijf vertoont overeenkomsten met de levenscyclus van een Inwonersinitiatief. Aan het begin draait het om pionieren en opstarten. Vervolgens ontwikkelt het Inwonersinitiatief zich. Het bewijst zichzelf. En er worden zaken bijgeschaafd en geoptimaliseerd. Daarmee ontstaat een bedrijfsmodel met een nog betere aanpak. Vervolgens boekt men succes en komt de organisatie in een fase van meer rust en stabiliteit. Het borgen van de continuïteit is nu van belang. Vervolgens moet een bedrijf verder gaan vernieuwen. Als dat niet gebeurt volgt een fase van neergang. Door juist te handelen is het mogelijk om wederom in de fase van ontwikkelen te geraken, waardoor succes voort gaat.

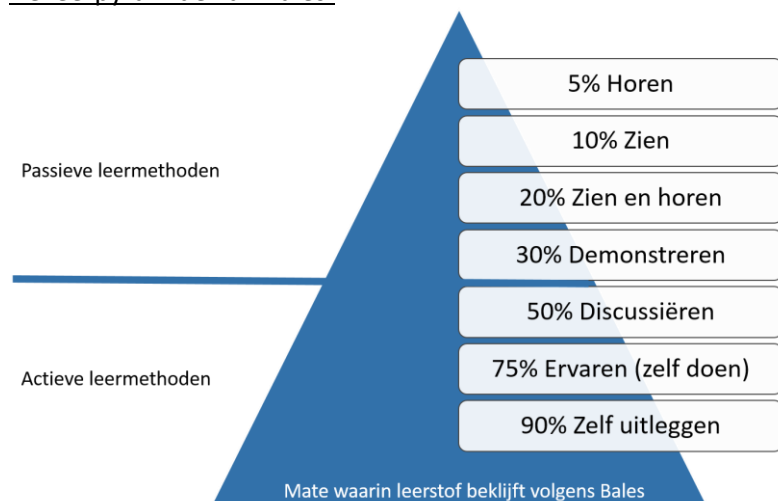
Leren van elkaar

Leren van elkaar is de bijzondere multiplier. Je maximaliseert ontwikkeling hierdoor. Een initiatiefnemer wil leren van anderen. Iedereen verschilt van elkaar, maar wil groeien op hetzelfde onderwerp. Deze verschillen zorgen voor de échte meerwaarde. Zoveel meningen en standpunten die hen helpen om meer succes te hebben met een eigen stijl en werkwijze.

De kwaliteit van ondernemerschap neemt hierdoor aantoonbaar toe.

Leren van elkaar en co-creatie zijn belangrijke succesfactoren in het ondernemend vormgeven van burgerinitiatieven.

De leerpyramide van Bales:



Het toevoegen van actieve leermethoden bij de ontwikkeling van burgerinitiatieven vergroot het resultaat. De initiatiefnemers kunnen doordat ze leren van elkaar zorgen voor een kwalitatief sterker Inwonersinitiatief. Ook hoeven ze niet zelf het wiel telkens uit te vinden, waardoor tijdswinst geboekt wordt.

Leren van elkaar organiseer je door de onderdelen discussiëren, ervaren en zelf uitleggen te combineren in één methodische aanpak.

In hoeverre ga je als gemeente investeren?

Voor de gemeenten is het zaak zich te bezinnen in hoeverre ze willen investeren in een initiatief in tijd en geld. Maar hoe weeg je af of een initiatief bijdraagt aan het maatschappelijke effect waar je als gemeente op wil sturen?

Welke strategie kun je als gemeente kiezen?

- De gemeente kan inwonersinitiatieven ondersteunen met kennis, introduceren in netwerken maar ook als gids optreden bij wet- en regelgeving.
- De gemeente biedt ondersteuning bij het aanvragen van subsidies, vergunningen en het participeren in aanbestedingstrajecten.
- Als een initiatief een publieke taak of dienst van een gemeente overneemt, kan een gemeente ook overwegen het initiatief te subsidiëren of mee te nemen in het inkoopbeleid. (Right to Challenge)

Hoe creëer je ruimte voor het inwonersinitiatief in je beleid?

Als een gemeente bewust op maatschappelijke effecten wil sturen kan zij ruimte creëren in het inkoopproces. Geldende spelregels worden aangepast om zo de weg vrij te maken voor initiatieven. Bijv. aanpassen van het inkoopbeleid of vergunningenbeleid, dereguleren (afschaffen van regels), meer vanuit de maatwerkgedachte besluiten nemen, experimenten toestaan door meer te handelen vanuit de 'bedoeling'.

Verzoek aan jou als deelnemer:

- Neem een inwonersinitiatief mee dat in jouw gemeente een grote meerwaarde heeft in de lokale samenleving;
 - o Dat al een jaar draait;
 - o Wat je als gemeente nog succesvoller wilt maken.
- Of neem als in initiatiefnemer iemand van je gemeente mee
 - o Die jou ondersteund
 - o Die je nodig hebt om je initiatief te verduurzamen.