



Amsterdam Impact 2019 - 2022

Het versterken van
het ecosysteem van
Impact Ondernemerschap





INHOUD

3

Samenvatting

5

1. Inleiding

21

2. Ambitie en focus:
doel Amsterdam Impact 2019 - 2022

23

3. Pijlers en maatregelen

47

4. Programmaorganisatie

48

5. Begroting:
Financieel overzicht/begroting

50

Bijlage: Aanbevelingen OECD 2018

Samenvatting Actieprogramma Amsterdam Impact 2019-2022

Amsterdam zit in de lift. De economie groeit en de regio staat er goed voor. Tegelijkertijd kent de economische groei niet louter winnaars. Een van de belangrijkste uitdagingen is hoe Amsterdam een rechtvaardige stad voor iedereen kan zijn, waarin kansengelijkheid centraal staat. Het college kiest daarom voor een stad die bedrijvigheid, creativiteit en ondernemerschap omzet in kansen voor iedereen. Ook op andere terreinen hebben Amsterdam en de regio grote maatschappelijke uitdagingen, zoals met betrekking tot klimaat, energietransitie en circulaire economie. Deze liggen ook op het gebied van gezondheid, armoede, onderwijs en inclusiviteit. Op alle maatschappelijke uitdagingen is er behoefte aan innovatieve oplossingen, waarbij de overheid in steeds meer gevallen niet langer leidend is, maar partner van bewoners, bedrijven en maatschappelijke organisaties.

Met het programma 'Amsterdam Impact 2019-2022. Het versterken van het ecosysteem van impact ondernemerschap' zet het college in op het aanpakken van maatschappelijke uitdagingen door middel van ondernemerschap en op het versterken van een ecosysteem dat bedrijvigheid met oog voor mens en milieu stimuleert en faciliteert. Het nieuwe programma Amsterdam Impact 2019-2022 is het vervolg op het succesvolle programma van 2015-2018 en kent zes pijlers: transitie, markttoegang, kapitaal, internationalisering, impact ondernemerschap in de buurt en het stimuleren van netwerkverbindingen/liaison en negentien maatregelen. (zie de tabel met pijlers en maatregelen op de volgende pagina). De focus van het eerste programma lag op het creëren van een optimale voedingsbodem voor sociaal ondernemerschap, zodat sociale ondernemingen konden starten en groeien. In het nieuwe programma verschuift dit naar het versterken van het ecosysteem voor impact ondernemerschap door impact ondernemingen, d.w.z. sociale ondernemingen en gewone bedrijven die financiële en maatschappelijke waarde willen creëren (maatschappelijk

gedreven ondernemingen). Er is daarmee meer aandacht voor alle typen bedrijven die door ondernemerschap meervoudige waarde creëren en zo bijdragen aan het oplossen van maatschappelijke uitdagingen.

Het nieuwe programma Amsterdam Impact 2019-2022 heeft als doel ruimte te bieden aan de maatschappelijke rol van bedrijven en hun inzet bij het oplossen van maatschappelijke uitdagingen stimuleren, zodat zij zoveel mogelijk meervoudige waarde creëren en daarop zoveel mogelijk impact maken. Daarvoor willen wij gunstige omstandigheden scheppen. In de kern gaat het daarbij dus om het stimuleren van meervoudige waarde creatie door bedrijven: financiële én maatschappelijke meerwaarde. Dat gebeurt door sociale ondernemingen, die deze missie al vanaf de start hebben en door een groeiende groep maatschappelijk gedreven bedrijven. Beide typen bedrijven zijn gericht op het maken van impact, en noemen wij daarom impact ondernemingen. Deze ontwikkeling wordt gestimuleerd met het nieuwe programma Amsterdam Impact. Het programma moet leiden tot:

- Meer banen bij impact ondernemingen (sociale ondernemingen en maatschappelijk gedreven ondernemingen).
- Groei aantal impact ondernemingen (sociale ondernemingen en maatschappelijk gedreven ondernemingen).
- Verbetering van de omstandigheden voor impact ondernemingen (zoals op het terrein van markttoegang en toegang tot kapitaal).
- Aanpakken van maatschappelijke uitdagingen via ondernemerschap.
- Amsterdam positioneren als dé plek voor impact ondernemen.

Pijler	Maatregelen
1 Transitie	1. Facts & Figures ecosysteem voor impact ondernemerschap 2. Transformatielabs en experimenten 3. Creëren, ontsluiten en delen kennis over lokale overheid en impact Ondernemerschap 4. Challenges en programma's 5. Maatregel Talent en impact ondernemerschap competenties
2 Markttoegang	6. Buy Social matching events en challenge 7. Buy Social shopping routes en campagnes waaronder The Impact Days
3 Kapitaal	8. Integrated Capital Netwerk voor impact ondernemerschap 9. Aantrekken financiers en vergroten Kapitaalaanbod 10. Unpack Impact
4 Internationalisering	11. Impact Entrepreneurship Ecosystem cities netwerk 12. Handelsmissies 13. Aantrekken en mede ontwikkelen van events met internationale uitstraling en deelnemers. 14. Communicatie en branding, gericht op internationale stakeholders
5 Impact ondernemerschap in de buurt	15. Versterken impact ondernemerschap in buurten
6 Stimuleren verbindingen ecosysteem & impact ecosysteem liaison	16. Impact ecosysteem liaison 17. Aantrekken en/of mede ontwikkelen van Events 18. Communicatie en branding gericht op Nederlandstalige stakeholders

Het programma heeft een looptijd van vier jaar, waarvoor een bedrag van € 2.500.000 is begroot, te dekken uit de middelen voor economische structuur- en arbeidsmarktversterking (hierna: 'structuurmiddelen'), themalijn beleidsontwikkeling- en realisatie. Het college zal jaarlijks aan de raad rapporteren over het programma en de resultaten van de verschillende maatregelen. In 2023 volgt een eindrapportage van het programma.

Inleiding

Het gaat goed met Amsterdam. De Amsterdamse economie en die van de Metropoolregio Amsterdam (MRA) bevinden zich in een hoogconjunctuur. De werkgelegenheid is weer terug op het niveau van voor de economische recessie en de MRA blijkt een aantrekkelijke plek te zijn voor nieuwe bedrijven, zowel startende bedrijven als bestaande bedrijven uit binnen- en buitenland. Het college investeert fors om de economische structuur te versterken en zo de regionale economie toekomstbestendig te maken. Het huidige economisch succes kent echter niet louter winnaars, zo stelt het College vast in haar Collegeakkoord 'Een nieuwe lente. Een nieuw geluid'.¹ Een van de belangrijkste uitdagingen is hoe we Amsterdam een rechtvaardige stad voor iedereen kunnen laten zijn, waarin kansengelijkheid centraal staat. Daarbij kiest het College voor een stad die niet uitgaat van competitie maar van coöperatie. Een stad die de welvaart die bedrijvigheid, creativiteit en ondernemerschap creëren, omzet in kansen voor iedereen.² Het college heeft zich ten doel gesteld om op een andere manier naar economische vooruitgang te kijken: bij het bestrijden van ongelijkheid staat naast welvaart vooral welzijn centraal.³



Sociale onderneming Cre8 in de I amsterdam Store tijdens The Impact Days.

1. Economische verkenningen. Metropoolregio Amsterdam 2018.
2. College akkoord pagina 5.
3. Deze vindt zijn weerslag in de Monitor Brede Welvaart, die Amsterdam afgelopen jaar voor het eerst heeft gepresenteerd voor de Metropoolregio Amsterdam. <https://www.ois.amsterdam.nl/nieuws/eerste-monitor-brede-welvaart-metropoolregio-amsterdam>

Ook op andere terreinen hebben Amsterdam en de regio grote maatschappelijke uitdagingen, zoals met betrekking tot klimaat, energietransitie en circulaire economie. Deze liggen ook op het gebied van gezondheid, armoede, onderwijs en inclusiviteit. Op alle maatschappelijke uitdagingen is er behoefte aan innovatieve oplossingen, waarbij de overheid in steeds meer gevallen niet langer leidend is, maar partner van bewoners, bedrijven en maatschappelijke organisaties. Het college biedt ruimte voor maatschappelijk initiatief van Amsterdammers, met name in buurten, met het programma Democratisering. Omdat bewoners vaak slimme nieuwe oplossingen hebben voor het aanpakken van uitdagingen in de stad.

Bedrijven nemen ook steeds meer hun maatschappelijke verantwoordelijkheid. Zij willen een bijdrage leveren aan het oplossen

van deze problemen. Zij ontwikkelen nieuwe businessmodellen om die aan te pakken en/of ondersteunen anderen om dit te doen.

Het nieuwe programma Amsterdam Impact 2019-2022 heeft als doel ruimte te bieden aan deze maatschappelijke rol van bedrijven, en hun inzet bij het oplossen van maatschappelijke uitdagingen te stimuleren, zodat zij daarop zoveel mogelijk impact maken. Daarvoor willen wij gunstige omstandigheden scheppen. In de kern gaat het daarbij om het stimuleren van meervoudige waarde creatie door bedrijven: financiële én maatschappelijke meerwaarde. Dat gebeurt door sociale ondernemingen, die deze missie al vanaf de start hebben, en door een groeiende groep maatschappelijk gedreven bedrijven. Beide typen bedrijven zijn gericht op het maken van impact, en noemen wij daarom impact ondernemingen. Deze trend willen wij faciliteren.



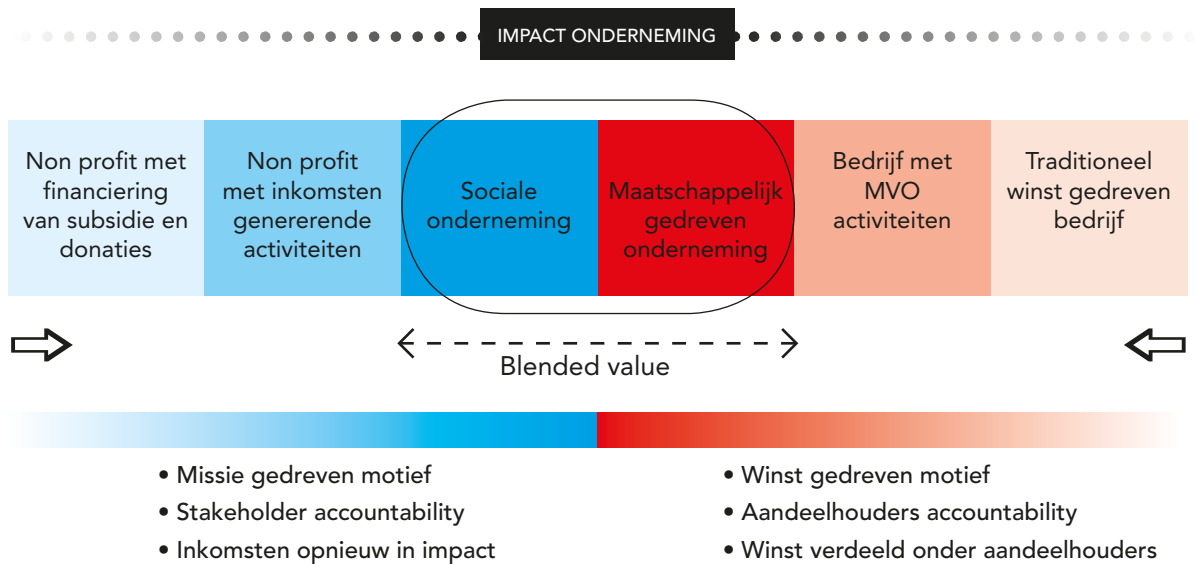
Tatiana Glad

Co-Founder & Director
Impact Hub Amsterdam



Het is een uitgelezen kans voor de Gemeente om samen met haar ecosysteem toe te werken naar impact. Het oplossen van de uitdagingen in de stad en het creëren van een samenleving die werkt voor iedereen, vereist co-creatie met haar inwoners, een meer systemisch perspectief en oplossingen vanuit sociaal ondernemerschap. Door dit te faciliteren, kan de Gemeente ons helpen te leven in een economie die sociale, ecologische en economische verbeteringen duurzaam integreert."

CONTINUÛM VAN NON PROFIT TOT TRADITIONEEL WINST GEDREVEN BEDRIJF: BEWEGING NAAR IMPACT ONDERNEMERSCHAP



Definities

Definitie sociale onderneming

Amsterdam volgt de definitie van een sociale onderneming zoals die is geformuleerd door de Europese Commissie en de aanvulling van de SER daarop.

Een sociale onderneming:

- Heeft primair een maatschappelijke missie: impact voorop;
- Realiseert dat doel als zelfstandige onderneming, die een dienst of product levert;
- Is financieel zelfvoorzienend, gebaseerd op handel of andere vormen van waarde-uitruil, en dus beperkt of onafhankelijk van giften of subsidies;
- Is sociaal in de wijze waarop de onderneming wordt gevoerd:
 - winst mag, maar de financiële doelen staan ten dienste van de missie, het vergroten van de maatschappelijke impact. Winstneming door eventuele aandeelhouders is redelijk.
 - bestuur en beleid zijn gebaseerd op een evenwichtige zeggenschap van alle betrokkenen.
 - fair naar iedereen.
 - bewust van haar ecologische voetafdruk.
 - is transparant.

Definitie maatschappelijk gedreven onderneming

Maatschappelijk gedreven ondernemingen zijn bedrijven die vertrekken vanuit een winstgedreven motief. Zij leggen verantwoording af aan aandeelhouders en verdelen de winst onder aandeelhouders. In toenemende mate richten zij zich – naast het puur financieel motief – op het creëren van lange termijn meervoudige waarde, zowel financieel als maatschappelijk; dat wil zeggen dat zij zich toeleggen op waarde creatie voor klanten, medewerkers, investeerders en de samenleving als geheel.

FAWAKA

IMPACT

Bij Fawaka Ondernemersschool leren basisschoolkinderen duurzaam ondernemen, oftewel ondernemen met oog voor de wereld en de mensen met wie ze die delen. Ondernemen is een geweldige manier om te leren doorzetten, beslissen, aanpakken en aanpassen. Een mooie manier om een duurzamere samenleving te maken, omdat het niet alleen over praten, maar ook over doen gaat. Daarbij is inclusiviteit heel belangrijk.

Amsterdam is een enorm diverse stad. Het is ontzettend belangrijk dat deze diversiteit benut wordt. Daarom zijn wij hier al drie jaar lang actief om de kinderen van noord tot zuid tot west tot oost te laten ervaren wat duurzaam ondernemen is. Zo hopen wij een toekomst te realiseren waarin duurzaamheid de norm is voor iedereen!

www.fawakanederland.nl



Thiëmo Heilbron, oprichter Fawaka

DROOM VOOR DE TOEKOMST

Onze ambitie is om álle kinderen in Nederland, ongeacht de wijk waarin ze opgroeien, hun manier van leren of hun achtergrond, te bereiken. Op deze manier stellen we de nieuwe generatie in staat om te handelen richting een duurzame toekomst.



Het nieuwe programma Amsterdam Impact zet in op lokale en internationale economische kansen en maatschappelijke trends, waarbij ondernemerschap en het aanpakken van maatschappelijke uitdagingen hand in hand gaan. Amsterdam Impact heeft daarmee een tweeledige doelstelling: het stimuleren van economische bedrijvigheid en het aanpakken van maatschappelijke uitdagingen, zowel in Amsterdam als elders in de wereld. Op deze manier versterken wij de economie en het welzijn van alle Amsterdammers.

Het programma voor de jaren 2019-2022 bouwt voort op het programma Amsterdam Impact 2015-2018, waarmee in Amsterdam het ecosysteem van sociaal ondernemen is versterkt, en zet in op een bredere beweging naar impact ondernemerschap. Maatschappelijke waarde creatie en het maken van impact komt in alle geledingen van de samenleving meer op de voorgrond te staan, van burger tot boardroom. En dat op verschillende schaalniveaus op veel

plekken in de wereld. Dit biedt kansen en mogelijkheden voor Amsterdam en vraagt om een andere focus van Amsterdam Impact: van sociaal ondernemerschap naar impact ondernemerschap.

Met het versterken van het ecosysteem voor impact ondernemerschap richten wij ons op maatschappelijk gedreven ondernemingen en op sociale ondernemingen, die de ruggengraat van deze ontwikkeling vormen. Ook hebben we oog voor de buurt, waar deze impact ondernemers hun steentje bijdragen aan de Amsterdamse uitdagingen. Hiermee draagt het programma Amsterdam Impact ook bij aan de ambitie in het coalitieakkoord om de buurteconomie te versterken.⁴

Bij de uitdagingen die in het programma en door partners worden aangepakt zijn de Sustainable Development Goals van de Verenigde Naties een gezamenlijk kader (zie box op pagina 10).



Plannen maken voor het nieuwe programma tijdens de Celebrate & Design meeting van Amsterdam Impact.

4. In het Amsterdams Ondernemers Programma staan alle maatregelen die het college neemt om de buurteconomie te versterken. Dit programma wordt voor de zomer van 2019 aan de gemeenteraad aangeboden.

UN Sustainable Development Goals



Voor bedrijven zijn de Sustainable Development Goals van de Verenigde Naties in toenemende mate een richtsnoer. De SDG's spelen ook voor de andere actoren zoals sociale ondernemingen een katalyserende rol. De Global Goals worden ook juist gezien als kans voor bedrijvigheid en economische ontwikkeling⁵. De SDG's zijn in 2015 vastgesteld bij de VN en ook door premier Rutte ondertekend. Daarmee heeft Nederland zich vastgelegd op het behalen van de doelstellingen – zowel binnen als buiten de landsgrenzen. Anders dan bij de Millennium Goals, die aan de SDG's voorafgingen en meer een focus hadden op ontwikkelingslanden, kunnen de SDG's dienen als een wereldwijde blauwdruk om een betere en duurzame toekomst voor iedereen te realiseren. De SDG's bestrijken mondiale uitdagingen op uiteenlopende terreinen zoals gezondheid, milieu, armoede, onderwijs en gendergelijkheid en vormen steeds meer een leidraad voor de activiteiten van bijvoorbeeld bedrijven, financiers en overheden. Deze mondiale uitdagingen spelen ook in Amsterdam. Met dit programma dragen wij bij aan de aanpak daarvan door impact ondernemingen.

5. Business and Sustainable Development Commission, januari 2017, 'Better Business. Better World. The Report of the Business and Sustainable Development Commission' <http://report.businesscommission.org/uploads/BetterBiz-BetterWorld.pdf>

PLASTIC WHALE

IMPACT

Plastic Whale is de eerste professionele plastic fishing company ter wereld. Een social enterprise met een missie: 's werelds wateren plasticvrij maken. Dat doen wij door maatschappelijk bewustzijn te creëren voor het probleem, maar vooral door met zoveel mogelijk mensen actie te ondernemen en plastic te gaan vissen.

DROOM VOOR DE TOEKOMST

Tot op heden heeft Plastic Whale ruim 100.000 PET-flessen uit het water gevist, die vervolgens worden geupcycled tot kwalitatieve producten, waaronder hoogwaardige designsloepen en kantoormeubilair. We hopen uiteindelijk 'out of business' te gaan door onze missie te behalen. Overbevissing is in ons geval positief.

www.plasticwhale.com



Marius Smid, oprichter Plastic Whale.



Trends

Er is een verandering gaande in de manier waarop naar de economie en naar economische ontwikkeling gekeken wordt. Niet in de laatste plaats zien we die verandering bij spelers in de economie zelf. Van burgers tot CEO's, van wetenschappers tot overheden, van mondiale bewegingen tot financiers. Allemaal vragen zij zich steeds meer af: wat is onze positieve bijdrage aan de samenleving? Welke impact maken wij? Creëren wij maatschappelijke waarde, voor wie en op welke manier doen wij dat eigenlijk?

Een wetenschapper als Kate Raworth trekt volle zalen met het model van de Donut economie⁶. De wereldwijde beweging van Benefit-Corporations – ondernemingen die 'business as a force for good' gebruiken, groeit. Danone en Wessanen zijn bedrijven die hun businessmodel in het teken van impact zetten. Jongeren willen werken bij bedrijven en organisaties die een positieve bijdrage leveren aan de samenleving en oog hebben voor hun werknemers. Voor een groeiende groep onder hen is 'the philanthropical way' of anders gezegd het adagium van 'learning, earning and returning' niet aantrekkelijk. Zij willen direct bij de start van hun loopbaan impact maken.

Ook consumenten zijn zich steeds meer bewust van de invloed die zij hebben met het besteden van hun geld. Tony Chocolonely is ooit begonnen als protestmerk en inmiddels uitgegroeid tot het grootste cacaomerk in Nederland.

De financiële wereld is ook in beweging. Larry Fink, CEO van Blackrock, een investeringsfonds van 6,3 biljoen dollar, heeft CEO's gemaand tot het creëren van meervoudige maatschappelijke waarde. Filantropen, informal investors en private equity financiers schuiven ook op naar impact investing. ABN AMRO heeft onlangs het eerste Impact Rapport voor 2018 uitgebracht, in samenwerking met het Impact institute. Deze bank stelt dat waarde creatie meer is dan het creëren van financiële waarde. En dat het ook meer is dan duurzaamheid. Het gaat om het creëren van lange termijn meervoudige waarde voor klanten, medewerkers, investeerders en de samenleving als geheel⁷. Ook het aantal banken dat impact voorop stelt groeit, verenigd in de Global Alliance for Banking on Values, die mede is opgericht door Triodos Bank.



Nathan Gilbert

Executive Director of B Lab Europe



Bedrijven zouden hun verantwoordelijkheid moeten nemen in het hebben van een positieve uitwerking op milieu en maatschappij. De B Corporations doen dat, ze vervullen hoge geverifieerde standaarden van transparantie en verantwoording. Wereldwijd zijn er nu ruim 2800 B Corporations, waarvan 31 in Amsterdam, die niet alleen concurreren om de beste in de wereld te zijn, maar om de beste vóór de wereld te zijn.

6. <https://www.kateraworth.com/doughnut/>

7. https://www.abnamro.com/nl/images/Documents/010_Over_ABN_AMRO/Annual_Report/2018/ABN_AMRO_Impact_Report_2018.pdf



Celebrate & Design bijeenkomst van Amsterdam Impact.

Kennisinstellingen zetten leerstoelen, minoren en programma's op - daartoe mede geïnspireerd door hun studenten - en werken steeds meer internationaal samen. Ook gaan zij samenwerkingen aan met financiële instellingen om sociaal ondernemerschap te stimuleren. De Amsterdam Business School (UvA/VU) en de School of Business & Economics van de VU biedt een Post-Growth Entrepreneurship Workshop aan. Ook andere universiteiten, zoals de universiteit van Valencia, Stanford University en Harvard, hebben vergelijkbare programma's.

Overheden begeven zich eveneens op dit pad. Zo zijn verschillende steden in Spanje en Duitsland actief op het gebied van Economy for the Common Good, en hebben een aantal steden, waaronder New York, het B Corp model omarmd en dit gebruikt in experimenten. Het Europees Parlement organiseert multi – stakeholder congressen over Post-Growth Economy, waarin aanbevelingen worden

besproken voor alternatief Europees beleid ten aanzien van economische ontwikkeling gebaseerd op groei van het BBP. Ook in Azië, Latijns Amerika en Afrika zijn overheden, al dan niet in samenwerking met andere spelers, actief.

Impact ondernemerschap zit in de lift. Het aantal sociale ondernemingen groeit en zij worden sterker, zowel in Amsterdam, als in Nederland en internationaal. Een onderzoek van PWC (okt. 2018) typeert de ontwikkeling van het Nederlandse ecosysteem als 'Van 'black hole' naar gidsland sociaal ondernemerschap': "De Nederlandse social enterprise sector heeft zich ontwikkeld van een sector die zeer beperkt van omvang was en niet als zodanig werd herkend, tot een sector met eigen boegbeelden die groeit en bloeit. Na een periode van voorbereiden en pionieren, bevindt de sector zich nu in de ontwikkelingsfase waarbij nog veel ruimte is voor groei en professionalisering."⁸

8. <https://www.pwc.nl/nl/actueel-publicaties/assets/pdfs/pwc-bouwen-van-een-ecosysteem-voor-sociaal-ondernemerschap.pdf>

Sociale ondernemingen spelen een voortrekkersrol. Zij laten als pioniers zien dat een andere manier van ondernemen, waarbij het oplossen van een maatschappelijke uitdaging centraal staat, zeker mogelijk is. Zij inspireren daarmee niet alleen andere bedrijven, maar ook financiers, consumenten, universiteiten en hogescholen en overheden. Traditionele bedrijven werken graag samen met sociale ondernemingen, omdat het leidt tot innovatie. Een partnerschap met sociale ondernemingen helpt deze bedrijven bij het toekomstbestendig maken van het eigen businessmodel. We zien diverse voorbeelden in de praktijk. Na drie jaar samenwerking heeft Unilever onlangs de Vegetarische Slager overgenomen. Een van de redenen is dat Unilever ziet dat hun 'brands with a purpose' harder groeien, beter aansluiten bij wat consumenten willen en zorgen voor maatschappelijke impact.⁹ Een ander voorbeeld is de samenwerking tussen Tony Chocolonely en Albert Heijn.¹⁰



Buy Social Matching Event op Schiphol.

9. <https://www.duurzaam-ondernemen.nl/unilever-neemt-de-vegetarische-slager-over/>

10. <https://nieuws.ah.nl/albert-heijn-eerste-partner-in-open-chain-platform-van-tonys-chocolonely/>



Gesprek van partners in het ecosysteem met Udo Kock, wethouder Economische Zaken.

Impact ondernemerschap en economische modellen

De geschetste ontwikkelingen en trends worden geschraagd en gestimuleerd door verschillende economische denkkaders, die een alternatief willen bieden en vaak worden aangehaald als inspiratiebron en referentiekader voor allerlei spelers in de economie, zoals bedrijven maar ook financiers, overheden en burgers. Kern van die kaders is dat het welbevinden (wellbeing) van alle mensen centraal staat en dat de spelers in de economie opereren binnen ecologische en sociale grenzen. Ook in Nederland onderzoeken verschillende partijen hoe dit brede welvaartsconcept kan worden gebruikt. Een voorbeeld is het CBS met de eerste Brede Welvaarts Index 2018, waarin ook de Sustainable

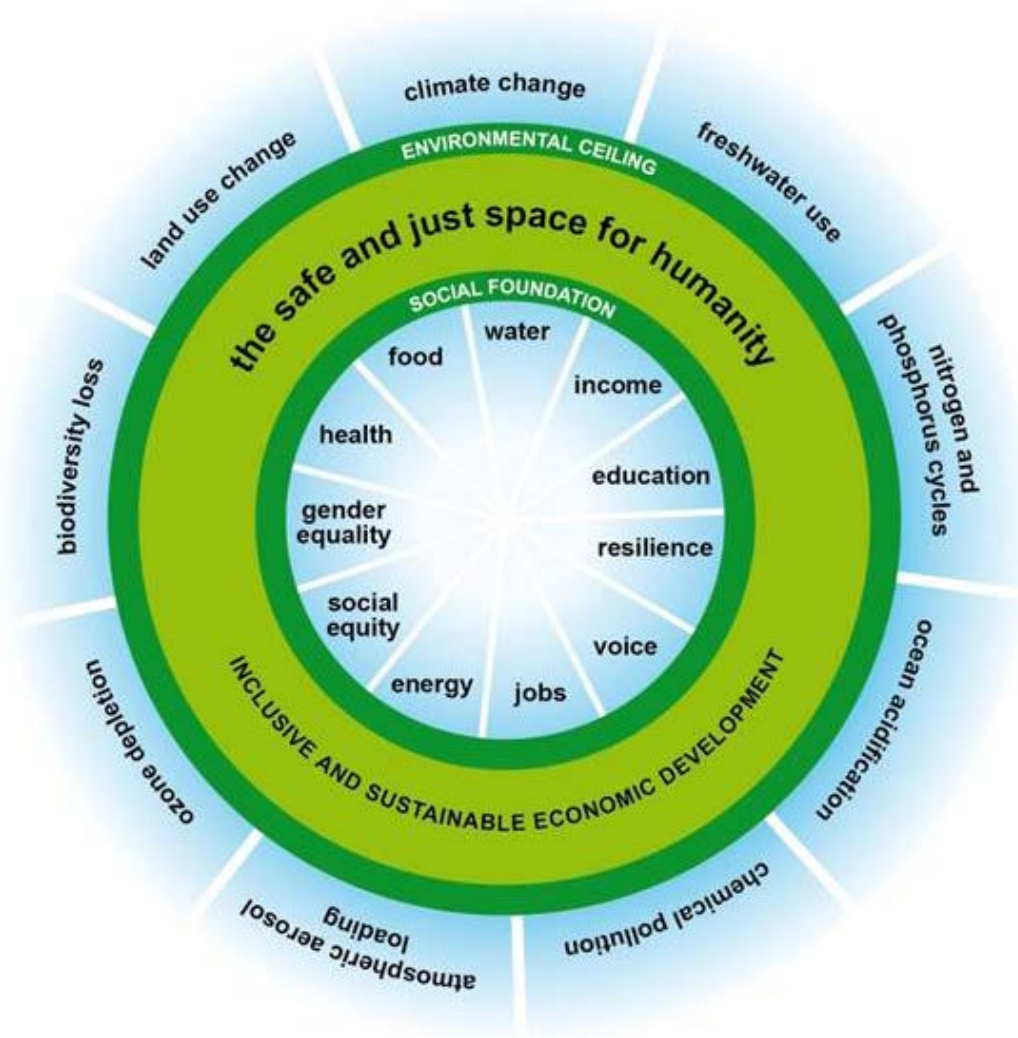
Development Goals van de Verenigde Naties een rol spelen. Het Amsterdamse college ondersteunt dit en hanteert ook een breed welvaartsbegrip. Amsterdam heeft in 2018 een eerste lokale vertaling voor de Metropoolregio gemaakt en zal deze regionale Brede Welvaart Index in 2019 actualiseren.

Op de volgende pagina's beschrijven we een aantal denkkaders. Deze verschillende stromingen zijn verenigd in een mondiaal samenwerkingsverband, de Wellbeing Economy Alliance.¹¹

11. <https://wellbeingeconomy.org/>

Economische denkkaders

Donut Economie



In het model van de Donut economie staat een inclusieve en duurzame economische ontwikkeling centraal. Raworth biedt een kompas en handelingsperspectief dat moet leiden tot welzijn voor iedereen. Zij pleit voor een evenwicht in de economie en voor een economische ontwikkeling die plaatsvindt binnen een ecologische bovengrens en een sociale ondergrens. Het sociaal fundament zijn de twaalf basisbehoeften waaraan niemand gebrek zou moeten hebben. De ecologische bovengrens zijn negen planetaire grenzen die we moeten respecteren om de stabiliteit van de planeet te garanderen. In de optiek van Raworth zou groei van het BBP geen doel op zich meer moeten zijn, omdat het niet per se welvaart en welzijn voor iedereen met zich meebrengt. In plaats daarvan zouden we ons moeten richten op herverdeling en een economie die in de kern regeneratief is.

Economische denkkaders

Economy for the common good

Ook de Economy for the Common Good beweging¹² stelt dat niet de maximalisatie van winst wegwijzer moet zijn, maar menselijke waardigheid, solidariteit, ecologische duurzaamheid, sociale rechtvaardigheid en democratie. Economisch succes wordt dan niet gemeten aan het BBP (Bruto Binnenlands Product), maar aan GGP (Gemene Goed Product). De indicatoren voor dit GGP zijn onder meer humane arbeidsvoorwaarden, ecologische productieprocessen, verdeling van de opbrengsten, gelijke behandeling van mannen en vrouwen. De financiële balans wordt vervangen door een Gemene Goed-Balans, waarop bedrijven, instellingen en overheden kunnen worden gewaardeerd op bovenstaande indicatoren.¹³

B Corp beweging

De beweging van Benefit Corporations – B Corp – groeit wereldwijd. Deze Benefit Corporations gebruiken 'business as a force for good'. B Corp biedt een keurmerk, dat zowel op sociale als duurzame aspecten meet. Het model is toegankelijk voor alle bedrijven en inspireert naast sociale ondernemingen ook bedrijven als Unilever, Wessanen en Danone, dat zich ten doel heeft gesteld om 100% B Corp certified te worden. Het Europese hoofdkantoor van B Corp is gevestigd in het KIT en voor B Corp Europe is Amsterdam de thuisbasis voor haar Europese evenementen.



Netwerkorganisatie Fashion For Good tijdens The Impact Days.

12. Economy for the Common Good is in 2002 opgericht door de Oostenrijkse activist en wetenschapper Christian Felber. Wereldwijd doen inmiddels meer dan 2.500 bedrijven mee. Meer dan 11.000 mensen hebben zich aangesloten bij de beweging, in meer dan 100 regionale afdelingen. <https://www.ecogood.org/en/>
13. Voor het meten op de indicatoren wordt de Economy for the Common Good Matrix gebruikt. De matrix meet aan de hand van vier kernwaarden de impact van het bedrijf of de organisatie op de verschillende groepen stakeholders: 1) Welke impact hebben economische activiteiten op de algemene kwaliteit van leven, vandaag en voor toekomstige generaties?; 2) Welke aandacht wordt besteed aan menselijke waardigheid?; 3) Wordt sociale rechtvaardigheid bevorderd?; 4) Wordt ecologische duurzaamheid gegarandeerd?; 5) Worden bedrijfsdoelen democratisch en in samenwerking gerealiseerd? Hoe transparant is het proces?

IMPACT

Als assurance-, belasting- en advieskantoor vullen we onze maatschappelijke verantwoordelijkheid in door kennis en vaardigheden, pro bono en tijdens werktijd, te delen met vooral social enterprises. Daarvan zijn een groot deel actief in de Amsterdamse regio, omdat ons hoofdkantoor daar gevestigd is. Wij helpen hen een bijdrage te leveren aan het economische ecosysteem. Dit past bij de purpose van PwC, het bijdragen aan het vertrouwen in de maatschappij en aan het oplossen van belangrijke problemen. Jaarlijks organiseren wij Social Impact Lab, een challenge voor social enterprises. De winnaars krijgen onder andere twee jaar ondersteuning en de mogelijkheid om gebruik te maken van onze kantoorfaciliteiten. Wij realiseren onze purpose door het ontwikkelen van dienstverlening die tegemoetkomt aan de behoeften van een brede groep stakeholders.



Renate de Lange-Snijders,
Raad van Bestuur PwC, verantwoordelijk voor Markets
& Corporate Responsibility.

DROOM VOOR DE TOEKOMST

Als PwC hebben we de ambitie om in 2030 geheel circulair te opereren en we werken hiervoor intensief samen met social enterprises die ons helpen om deze doelstelling te realiseren.

www.pwc.nl



Versterken ecosysteem Impact ondernemerschap

Al deze trends bieden kansen en mogelijkheden voor Amsterdam. Het vraagt om een andere focus van Amsterdam Impact: van sociaal ondernemerschap naar impact ondernemerschap. We bevorderen deze beweging met een beproefde aanpak: het stimuleren van het ecosysteem (zie ook box met resultaten Amsterdam Impact 2015-2018).

De afgelopen jaren hebben wij het ecosysteem voor sociaal ondernemen versterkt. Nu richten wij ons op het ecosysteem voor impact ondernemen. We bevorderen een zo gunstig mogelijke omgeving voor ondernemerschap dat meervoudige waarde creëert: financieel én maatschappelijk.

Vaak slaan we meerdere vliegen in een klap. Dit komt omdat we sterk inzetten op verbindingen en samenwerking in het ecosysteem, zoals tussen maatschappelijk gedreven ondernemingen en sociale ondernemingen, maar ook met en tussen andere relevante spelers in het ecosysteem.

Impact ondernemingen interacteren met een waaier van andere spelers en actoren in een systeem dat erop gericht is maatschappelijke waarde te creëren en zo impact te maken op uiteenlopende maatschappelijke uitdagingen en die aan te pakken. Deze andere actoren zijn allemaal van belang voor het maken van die impact en spelen daarin een specifieke rol. Zo zijn financiers belangrijk voor de start en groei van op impact gerichte ondernemingen. Bedrijven en consumenten kopen producten en diensten bij impact ondernemingen in. En bedrijven stimuleren medewerkers om als mentor of vrijwilliger waarde toe te voegen aan sociale ondernemingen of innoveren bijvoorbeeld door het uitschrijven van challenges. Dat geldt ook voor NGO's. Kennisinstellingen en scholen bieden studenten en leerlingen de mogelijkheid impact ondernemerscompetenties en concrete businessmodellen te ontwikkelen. Dat gebeurt ook bij ondersteunende organisaties als incubators, accelerators en netwerkorganisaties.



Mirjam van Praag

voorzitter College van Bestuur
Vrije Universiteit Amsterdam

De Vrije Universiteit Amsterdam staat al bijna 140 jaar voor maatschappelijke impact op basis van onderwijs en onderzoek. Met sociaal ondernemerschap zien we die impact groter worden. Daarom investeren we, samen met ons internationale netwerk, in social entrepreneurship voor studenten en medewerkers. We kunnen er veel van leren en onze directe omgeving kunnen we er beter van maken. Die directe omgeving is onze geliefde stad Amsterdam.

Ook de overheid maakt deel uit van dit ecosysteem.

Een ecosysteem dat goed functioneert, biedt een rijke voedingsbodem voor de groei van bedrijvigheid die zich richt op het creëren van meervoudige waarde – financieel én maatschappelijk – en daarmee op het maken van impact. Wij zullen meer in detail onderzoek doen naar dit ecosysteem van impact ondernemerschap in de regio Amsterdam.

Resultaten Amsterdam Impact 2015-2018

Amsterdam heeft een rijk en groeiend ecosysteem van sociaal ondernemerschap, met veel verschillende typen spelers, zoals netwerkorganisaties, financiers, kennisinstellingen, incubators en accelerators, belangenverenigingen en bedrijven. Er zijn ook vele lokale, nationale en internationale vertakkingen en verbindingen.

Ondernemingen zijn actief op uiteenlopende impactgebieden.¹⁴ Er zijn veel starters, maar ook een significant aantal groeiende sociale ondernemingen dat internationaal opschaaft.¹⁵ Het ecosysteem is de afgelopen periode versterkt.

- Het aantal sociale ondernemingen in Amsterdam groeit. Het aantal leden van Impact Hub is ruim verdubbeld van 220 in 2015 naar 471 op dit moment (november 2018)
- Het aantal Amsterdamse leden van Social Enterprise NL is gegroeid van 104 in 2015 naar 119 in 2018.
- Amsterdamse leden van Social Enterprise NL laten van 2015 op 2016 een werkgelegenheidsgroei van 26% zien en van 2016 op 2017 van 28% (data monitor SE NL 2018). En ook leden van Impact Hub Amsterdam slaagden er de afgelopen periode in om nieuwe banen te creëren.

De activiteiten en resultaten van Amsterdam Impact 2015-2018 zijn opgenomen in de Eindrapportage Amsterdam Impact 2015-2018.¹⁶

14. Voorbeelden: Fairphone en Vandebrom (energie/duurzaamheid), Vraagapp (zorg/gezondheid), Swink (arbeidsmarkt), Moyee Coffee (eerlijke ketens), Taxi Electric (duurzaamheid), De Prael (arbeidsmarkt) Peerby en Thuisafgehaald (verbinding in de buurt).

15. Zoals Tony Chocolonely, Closing the Loop en Yoni.

16. Eindrapportage Amsterdam Impact 2015-2018.

Ambitie en focus: doel Amsterdam Impact 2019-2022

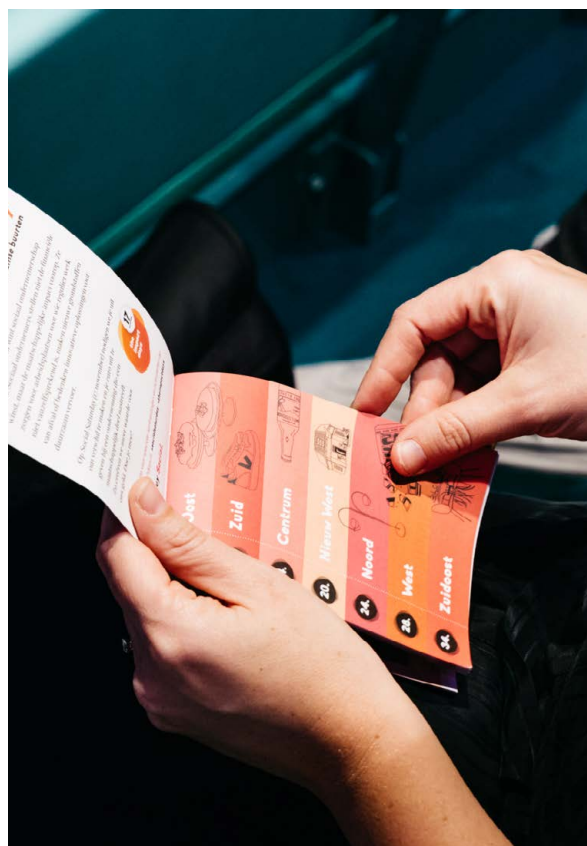
De ambitie van het programma Amsterdam Impact Economy 2019-2022 is het stimuleren van de beweging naar een economische ontwikkeling waarin het creëren van maatschappelijke waarde meer centraal staat. Dat doen we door het ecosysteem te versterken, werk te maken van prioriteiten van het coalitieakkoord 'Een nieuwe lente. Een nieuw geluid'¹⁷ en voort te bouwen op bouwstenen uit het programma Amsterdam Impact 2015-2018.

Amsterdam Impact krijgt daarmee een nieuwe focus. In het afgelopen periode hebben we ons geconcentreerd op het versterken van het ecosysteem voor sociaal ondernemerschap, specifiek gericht op sociale ondernemingen en de actoren die daarvoor belangrijk zijn. Nu verschuift dit naar het creëren van een optimale voedingsbodem voor impact ondernemerschap door:

1. Maatschappelijk gedreven ondernemingen, bedrijven die het creëren van maatschappelijke waarde steeds meer centraal stellen
2. Sociale ondernemingen, waarin impact vanaf de start voorop staat, en die een voortrekkersrol spelen in deze ontwikkeling
3. Impact ondernemingen die maatschappelijke uitdagingen in de buurt aanpakken.

Hierbij hebben we ook aandacht voor de andere relevante spelers in het ecosysteem: financiers, kennisinstellingen en scholen, ondersteunende- en netwerkorganisaties, overheden, traditionele bedrijven en consumenten. Zij spelen een zeer belangrijke rol bij de groei van impact ondernemerschap. Met name hebben wij oog

voor de interactie en verbinding tussen deze spelers. Hoe wij het ecosysteem versterken komt aan de orde in het volgende deel.



Boekje met Buy social shopping routes in Amsterdam.

17. Mei 2018: <https://www.amsterdam.nl/bestuur-organisatie/volg-beleid/coalitieakkoord-2018/>

DOPPER

IMPACT

De Dopper is tien jaar geleden geboren uit frustratie over de snelgroeiende plastic soep in onze oceanen. De geestesvader Merijn Everaarts werkte destijds nog in de eventbranche en zag dagelijks hoe festivalbezoekers een spoor van plastic afval – voornamelijk PETflesjes – achterlieten. Daarbij maakte het plastic afval op het Bloemendaalse strand een onuitwisbare indruk. Zo werd het idee voor een herbruikbare fles geboren. De Dopper waterfles wordt duurzaam geproduceerd in Emmen (original) en China (steel en insulated), is vrij van schadelijke stoffen en giftige weekmakers.



Merijn Everaarts, oprichter en eigenaar Dopper.

DROOM VOOR DE TOEKOMST

Winst is niet het doel; impact op een betere wereld wel. Daarom bekijken we de impact van ons product en onze organisatie vanuit het cradle to cradle concept. We hergebruiken maximaal en minimaliseren waardevernietiging. Dopper streeft naar een wereld waar mensen zich bewust zijn van het milieu, waar we actief de hoeveelheid single-use plastic afval verminderen en waar iedereen toegang heeft tot veilig drinkwater.

www.dopper.com



Pijlers en maatregelen Amsterdam Impact 2019-2022

De keuze voor pijlers en maatregelen is mede gebaseerd op onze ervaringen van de afgelopen periode, gesprekken met spelers in het ecosysteem en verschillende onderzoeken en rapporten.¹⁸

De beweging naar economische ontwikkeling waarin maatschappelijke waarde creatie meer centraal staat is positief en stimuleren en faciliteren wij met dit nieuwe programma. Doel is dat door ondernemerschap zoveel mogelijk impact wordt gerealiseerd op maatschappelijke uitdagingen en dat negatieve impact op mens en milieu wordt verminderd. Anders gezegd: dat door ondernemerschap zoveel mogelijk meervoudige waarde wordt gecreëerd, zowel financieel als op andere fronten. En dat niet alleen in Amsterdam, maar ook elders in de wereld. In Amsterdam ontwikkelde oplossingen worden zo aantrekkelijk voor toepassing op andere plekken. En we staan open voor

toepassing in Amsterdam van concepten die elders tot stand zijn gekomen.

Het programma is in samenwerking met spelers in het ecosysteem tot stand gekomen, onder andere in een Designmeeting in januari 2019. Waar mogelijk wordt weer op MRA – en op landelijk niveau samengewerkt. Net als bij de eerste editie is ook in het nieuwe programma bij aanvang een aantal maatregelen al duidelijk uitgewerkt, en zijn er pijlers en maatregelen waar we gaandeweg zullen ontdekken welke actie precies wenselijk is. Dit wordt in co-creatie met spelers in het ecosysteem verder ontwikkeld.

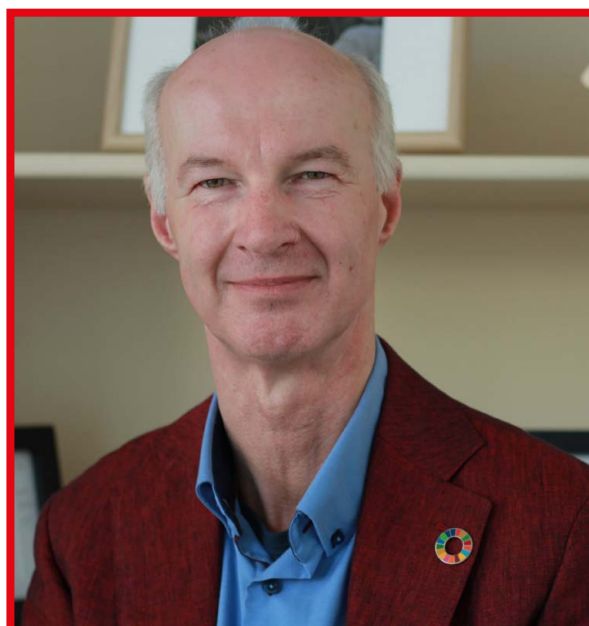
18. ABNAMRO (2017) De romantiek voorbij. De noodzaak van marktontwikkeling voor sociale ondernemingen. https://www.abnamro.com/en/images/Documents/035_Social_Newsroom/Press_Releases/2017/ABN_AMRO_Sociaal_Ondernemen_2017-07.pdf
OECD Review (2019) Boosting social entrepreneurship and social entrepreneurship in the Netherlands, https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/boosting-social-entrepreneurship-and-social-enterprise-development-in-the-netherlands_4e8501b8-en
Social Enterprise NL (2019) Social Enterprise Monitor 2018 https://www.archief.social-enterprise.nl/files/1515/3631/9481/Social_Enterprise_Monitor_2018_final.pdf Amsterdam Impact heeft rapportages gekregen over de ontwikkeling bij Amsterdamse leden van Social Enterprise NL met data en kwalitatieve gegevens uit de monitors van 2015, 2016 en 2018.
Impact Hub Amsterdam (2019) Monitor Impact Hub Amsterdam. Amsterdam Impact heeft data ontvangen die Impact Hub heeft verzameld voor de mondiale monitors van 2016, 2017 en 2018.
PWC (2018) Het bouwen van een ecosysteem voor sociaal ondernemerschap: de geleerde lessen uit Nederland. Van blackhole naar een substantiele factor in duurzame verandering <https://www.pwc.nl/nl/actueel-publicaties/assets/pdfs/pwc-bouwen-van-een-ecosysteem-voor-sociaal-ondernemerschap.pdf>
PWC (2019) Toepassing van SDG's door Nederlandse organisaties. Beweging onder de oppervlakte <https://www.pwc.nl/nl/actueel-publicaties/assets/pdfs/pwc-sdg-booster-2019.pdf>
McKinsey (2016) 'Scaling the Impact of the Social Enterprise sector'. <https://www.mckinsey.com/industries/social-sector/our-insights/scaling-the-impact-of-the-social-enterprise-sector>



Amsterdam Impact bij het Amsterdam International Business Network Event.

Vergeleken met Amsterdam Impact 2015-2018 kent het programma voor de periode 2019-2022 diverse nieuwe maatregelen en initiatieven. Deze zijn met name gericht op het faciliteren van bedrijven en andere spelers die maatschappelijke waarde centraal willen zetten. Een ander verschil is de aandacht voor impact ondernemerschap in de buurt. Ook is er meer focus op maatregelen voor het versterken van impact ondernemerschapscapaciteiten van

groepen waarvoor nu nog weinig aanbod is. Op andere punten is er sprake van een hogere ambitie ten aanzien van beproefde initiatieven. Zo is in de pijler Markttoegang de ambitie om The Impact Days uit te breiden naar meer steden en partners in Nederland en internationale samenwerking in de campagne te versterken. In de pijler Kapitaal is de ambitie om het Integrated Capital Netwerk uit te breiden.



Mark Hillen

Voorzitter Social Enterprise NL



Sociaal ondernemers laten zien dat het best anders kan. Ze dagen grote bedrijven uit om de MVO-lat een flink stuk hoger te leggen in hun organisatie en hun ketens. Ze wijzen de weg naar een oriëntatie op lange termijn waarde creatie van bedrijven, in plaats van korte termijn financiële doelen.

TRANSITIE

1

Er is al veel aandacht voor maatregelen die een nationale regering zou kunnen nemen om de beweging naar economische ontwikkeling te bevorderen, waarin meervoudige waarde creatie centraal staat.¹⁹

Wij concentreren ons op de vraag wat steden en regio's kunnen betekenen en hoe de lokale overheid met andere spelers kan samenwerken. We willen dat Amsterdam het mondiale centrum wordt van kennis over de rol van lokale overheden in de verandering naar een economie gericht op het creëren van meervoudige waarde. Wat zijn tipping points, bijvoorbeeld bij consumenten, en hoe kun je die faciliteren zijn bijvoorbeeld interessante vragen. Ook kan Amsterdam zich dan verder ontwikkelen tot de plek waar nieuwe concepten worden ontwikkeld en in de praktijk worden toegepast en getest. Doel van deze pijler is het bevorderen van de beweging naar impact bedrijvigheid, waarmee meervoudige waarde creatie plaatsvindt.

Wat gaan we doen

- Allereerst brengen we nog beter in kaart hoe het ecosysteem voor impact ondernemerschap eruit ziet. Welke spelers zijn dat? En wat is hun behoefte? Welke rol kan de lokale overheid spelen om het ecosysteem voor impact ondernemerschap te versterken? In co-creatie ontwikkelen wij ook relevante maatregelen, die toegesneden zijn op het versterken van het ecosysteem. Dit doen wij met een serie transformatie-labs en experimenten. Ook werken we indicatoren uit en verzorgen we een nulmeting.
- Het ontsluiten, genereren en delen van kennis is daarmee onlosmakelijk verbonden. Amsterdam kan zo een groeikern worden van kennis, nieuwe aanpakken en concrete oplossingen met betrekking tot de samenwerking tussen lokale overheden en partners in het ecosysteem voor het bevorderen van een economische ontwikkeling, en van impact ondernemerschap die meervoudige waarde creëren. Daarmee kunnen we ook verschillende typen internationale spelers gericht op impact aantrekken.
- De afgelopen periode zijn goede ervaringen opgedaan met het ontwikkelen van challenges en kortlopende programma's gericht op het maken van impact door sociale ondernemingen. Een voorbeeld is de SDG Challenge.

19. Suggesties worden o.a. gedaan in de volgende literatuur: Tim Jackson, Prosperity Without Growth, Kate Raworth, The Donut Economy; Christian Felber, Economy for the Common Good.

HEROES & FRIENDS

IMPACT

Helden verbeteren de wereld. Heroes & Friends helpt helden aan inkomen van vrienden, door een intuïtief platform waarmee helden zo snel mogelijk een beweging van vrienden en supporters opbouwen voor hun project. Meer dan 700 helden hebben het platform in de testfase gebruikt, waaronder The Great Bubble Barrier, winnaar van de Postcode Lotterij Green Challenge en de #Hemweg campagne om de kolencentrale te sluiten.

Amsterdam is de perfecte plek voor Heroes & Friends om te starten omdat het een creatieve hotspot is voor veel mensen die een belangrijke sociale missie najagen. Het ecosysteem met de gemeente, de Impact Hub, kenniscentra en een internationale start-up scene maakt van Amsterdam de ideale thuisbasis.



Michiel de Koning, *chef heroism*.

DROOM VOOR DE TOEKOMST

Heroes & Friends gelooft dat iedereen een held kan zijn en heeft als grote droom om 1 miljoen mensen met een missie te helpen aan een helden-inkomen van hun vrienden.

www.heroesandfriends.com

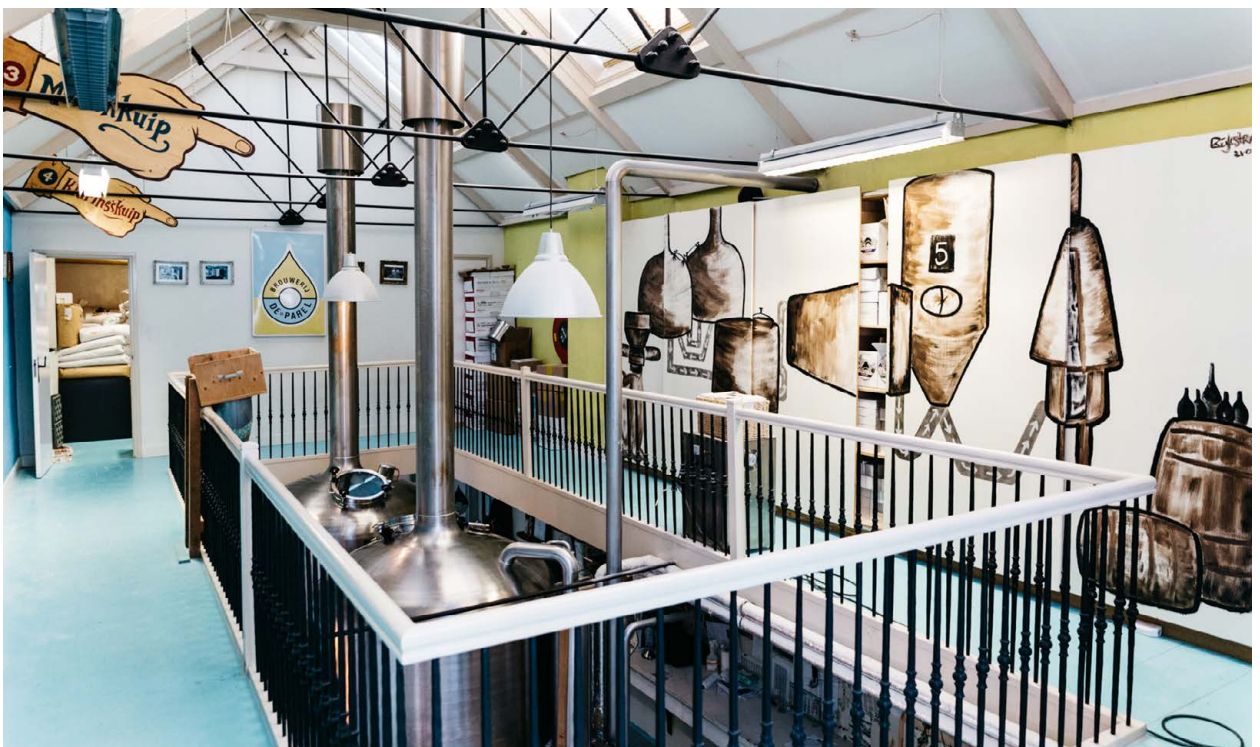


Verschillende spelers als bedrijven, kennisinstellingen en NGO's zijn ook actief op dit terrein. Zo heeft Tommy Hilfiger onlangs een tweede mondiale Challenge voor sociale ondernemingen uitgeschreven, gericht op de transformatie van de fashion industrie. Wij continueren dan ook onze inzet op challenges en programma's, nu verbreed naar het bevorderen van de impact bedrijvigheid, waarbij wij samen zullen werken met verschillende spelers.

- Talent

Er is ook aandacht voor talent en het ontwikkelen van ondernemersvaardigheden. Talent – jong en oud – wil zich steeds meer inzetten voor het aanpakken van maatschappelijke uitdagingen, zowel binnen sociale ondernemingen als breder in maatschappelijk gedreven ondernemingen, of op buurtniveau. Wij sluiten aan bij deze wens. Immers, iedereen die zich op een innovatieve ondernemende manier bezighoudt met het oplossen van problemen in de stad draagt bij aan het Amsterdam dat we voor ogen hebben. Achterliggend gaat het ook om het interesseren, kanaliseren en aantrekken van talent naar impact ondernemerschap.

- Volwassen ondernemers en studenten in het hoger onderwijs hebben al veel mogelijkheden om impact ondernemerscompetenties te versterken. In de regio Amsterdam zijn ruim zestig programma's voorhanden gericht op impact ondernemers in verschillende fasen van hun onderneming, én op het ontwikkelen van impact ondernemerscompetenties in het algemeen. Wij actualiseren het overzicht van bestaande programma's, en maken ze nog beter zichtbaar voor geïnteresseerd talent.



Sociale onderneming De Prael tijdens The Impact Days.

- Het aanbod voor kinderen en jongeren tot circa 18 jaar, waaronder dus ook het VMBO en MBO, is nog zeer beperkt.²⁰ Daar gaan wij aandacht aan besteden, door het co-creëren en/of het onder de aandacht brengen van bijvoorbeeld challenges gericht op jongeren.
- Tijdens The Impact Days is er speciale aandacht voor talent en impact ondernemerscompetenties.

Met deze maatregelen willen wij bijdragen aan de totstandkoming van een doorlopende leerlijn voor impact ondernemerschap.

MAATREGELEN PIJLER 1: TRANSITIE	
Maatregel	Toelichting acties
Maatregel Facts & Figures ecosysteem voor impact ondernemerschap	• In kaart brengen van de spelers in het ecosysteem, ontwikkelen indicatoren en uitvoeren nulmeting.
Maatregel transformatielabs en experimenten	• Inventarisatie van de behoefte van spelers in het ecosysteem. • Co-creatie van relevante maatregelen met deze bedrijven, financiers, kennisinstellingen en overheden, o.a. door middel van serie labs en experimenten.
Maatregel creëren, ontsluiten en delen kennis over lokale overheid en impact ondernemerschap	• Genereren, ontsluiten en versterken van kennis (onderzoek, onderwijs en valorisatie) en tipping points bij actoren in het ecosysteem, zoals consumenten. • Onder andere door onderzoek, lezingen, debatten, events en labs. • Hierbij wordt de rol van lokale overheden en de samenwerking met spelers in het ecosysteem, ook in relatie tot andere overheidslagen en internationaal, betrokken.

20. Ook de OECD heeft dit in haar recente rapport over sociaal ondernemerschap en het stimuleren van sociale ondernemingen in Nederland als aandachtspunt benoemd. https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/boosting-social-entrepreneurship-and-social-enterprise-development-in-the-netherlands_4e8501b8-en

Maatregel Challenges en programma's

- Het faciliteren en/of samen met partners ontwikkelen van Challenges, prijsvragen en programma's op maatschappelijke uitdagingen voor het stimuleren van impact ondernemerschap.
- Hierbij is specifiek aandacht voor talent en groepen waarvoor het aanbod nu nog beperkt is. Ook is er aandacht voor Tech4Good.
- Er wordt samengewerkt met overheden, bedrijven, impact ondernemingen, overheden, organisaties, waaronder NGO's, kennisinstellingen en scholen.

Maatregel Talent en impact ondernemerschap competenties

- Actualiseren overzicht bestaande programma's en vergroten zichtbaarheid van deze informatie.
- Co-creatie en/of onder de aandacht brengen van bijvoorbeeld challenges gericht op jongeren.
- Specifieke aandacht voor talent en impact ondernemerschap competenties tijdens The Impact Days.

Potentiële partners

B-Corp Europe en B Corp International, Economy for the Common Good, Regenerative Capital, MVO Nederland, Kennisinstellingen, scholen, Enactus, CUSP, LUC Centre for Prosperity studies, verschillende steden, Social Enterprise NL, Corporates en MKB en hun netwerken, SDG Charter, Impact Hub Amsterdam, Wellbeing Economy Alliance, NESI Forum, Leaders for Purpose, consumentenorganisaties, marketing bedrijven en opleidingen, Global Alliance for Banking on Values, Drift, SMO.



Sociale onderneming Makers Unite tijdens de Celebrate & Design bijeenkomst.

STICHTING DOEN

IMPACT

Stichting DOEN is het fonds van de Nationale Postcode Loterij, BankGiro Loterij en VriendenLoterij en steunt jaarlijks meer dan 250 groene, sociale en creatieve voorlopers om de transitie naar een groene, sociale en creatieve wereld te versnellen. Door vernieuwende initiatieven vanaf de start te steunen en hen groter, sterker en zichtbaarder te maken.

DOEN financiert voorlopers in binnen- en buitenland, waaronder sociale en duurzame ondernemingen uit Amsterdam. Zo stond Stichting DOEN aan de wieg van de Amsterdamse bierbrouwerij De Prael, waar mensen werken waar de reguliere arbeidsmarkt zich geen raad mee weet. Ook andere Amsterdamse initiatieven zoals Koeckebackers, Oma's Soep en Fairphone kregen steun van DOEN. Evenals verschillende sectorversterkende initiatieven zoals De Omslag en Social Enterprise NL. En DOEN neemt deel aan het Integrated Capital Network dat is mogelijk gemaakt door de gemeente Amsterdam.



Anneke Sipkens, algemeen directeur Stichting DOEN.

DROOM VOOR DE TOEKOMST

Het ultieme doel van DOEN is om te komen tot een samenleving met een circulaire economie, waarin iedereen meedoet en waar ruimte is voor radicale verbeelding. Het samen optrekken met de Gemeente Amsterdam in het stimuleren van sociaal ondernemerschap past hier goed bij.

www.doen.nl



MARKTTOEGANG

2

Met deze pijler willen wij de continuïteit en het verhogen van omzet van impact ondernemingen stimuleren. Zodat meer maatschappelijke waarde wordt gecreëerd door het aanpakken van maatschappelijke uitdagingen via ondernemerschap. Bij toegang tot de markt kan het gaan om business to government (B-to-G), business to business (B-to-B) en business to consumer (B-to-C).

Of je nu als professional of als consument geld uitgeeft, met iedere bestede euro draag je significant bij aan een andere wereld, zeker als steeds meer mensen dat doen.

Veel impact ondernemingen zijn gericht op consumenten en het bedrijfsleven. Toch valt er ook nog meer winst te behalen in de inkoop door gemeenten en andere overheden. Amsterdam Impact zal haar expertise over het ecosysteem van impact ondernemen blijven delen binnen de gemeentelijke organisatie, onder andere in het kader van de impact ecosysteem liaison bij Amsterdam Impact.

Het meten van impact door aanbieders van producten en diensten blijft heel belangrijk. Dat geldt ook voor de doorontwikkeling door de sector van de landelijke Code sociale ondernemingen. De totstandkoming van een aparte rechtsvorm voor sociale ondernemingen kan hierbij behulpzaam zijn.

Wat gaan we doen

- Amsterdam Impact zet de gemeentelijke ambassadeursrol richting inkopers buiten de gemeente voort en breidt die waar nuttig uit. Dat gaat bijvoorbeeld om inkopers bij corporates en MKB, maar ook bij instellingen en organisaties. En ook om de consumentenmarkt. Wij blijven dus de aandacht vestigen op de groep van sociale ondernemingen en hun producten en diensten. Dat geldt waar relevant ook voor de groep van maatschappelijk gedreven ondernemingen. Ook de OECD geeft in haar Review aan dat de zichtbaarheid van sociale ondernemingen en andere op maatschappelijke impact georiënteerde organisaties in het inkoop proces van overheden en van consumenten van groot belang is.²¹
- Wij doen dit met concrete maatregelen als de Buy Social Matching events, The Impact Days, de Buy social shopping routes en andere campagnes. De Buy Social Matching events bleken de afgelopen periode een effectief instrument. De eerste editie van The Impact Days in 2018 heeft de potentie

21. Zie voor een overzicht van de aanbevelingen de OECD bijlage 1.

van het initiatief aangetoond. De campagne blijkt te enthousiasmeren, biedt ondernemers een podium en nodigt uit tot diverse partnerschappen. De komende periode zetten we hierop steviger in, ook in combinatie met de Buy Social shoppingroutes. We springen ook in op andere campagne mogelijkheden.

- Ook in het kader van Amsterdam Merchandise blijven wij dit onder de aandacht brengen, bijvoorbeeld in de I Amsterdam Store²² en de relatiegeschenken van de gemeente. Ook zien wij meer interesse bij andere partijen in het vergroten van impact bij relatiegeschenken, zoals bij kerstpakketten.

Wij zoeken de aansluiting met het Buy social partnernetwerk en andere netwerken en etalages en zullen waar mogelijk samenwerking onderling bevorderen. De Buy Social Challenge van het Buy Social partnernetwerk juichen we toe en deze brengen we waar mogelijk bij organisaties en bedrijven onder de aandacht. Binnen deze challenge spreken organisaties en bedrijven af dat ze zoveel als mogelijk sociaal zullen inkopen. Ervaring in het buitenland leert dat dergelijke challenges succesvol kunnen zijn en voor doorbraken kunnen zorgen,



Pop up store Tony Chocolonely Santa Monica, Los Angeles.

22. De omzet in 2018 van sociale ondernemingen in de IAmsterdam Store was 125.000 euro

MAATREGELEN PIJLER 2: MARKTTOEGANG

Maatregel	Toelichting acties
Maatregel Buy Social matching events en challenge	• Buy social matching events waarin inkopers en sociale ondernemingen, en waar mogelijk ook maatschappelijk gedreven ondernemingen verbonden worden.
Maatregel Buy Social shopping routes en campagnes waaronder The Impact Days	• Shoppingroutes gericht op Amsterdammers en bezoekers met aanbod van impact ondernemingen in de stad en regio (MRA). • The Impact Days is een jaarlijkse campagne gericht op bewustwording bij inkopende professionals en consumenten over impact ondernemerschap. Deze bestaat uit diverse activiteiten, waaronder een Social Saturday gericht op consumenten en krijgt in diverse lokale, regionale en nationale partnerschappen vorm. • Overige campagnes worden in samenwerking met partners uitgewerkt, afhankelijk van kansen en ontwikkelingen in het ecosysteem.
Potentiële partners Social Enterprise NL, MRA, G4 en G40, internationale social enterprise netwerken als Social Enterprise UK, Social Enterprise Denmark, corporates en MKB, organisaties en instellingen, consumentenverenigingen, brancheorganisaties, MVO Nederland.	

WESSANEN

IMPACT

Wessanen is een toonaangevend bedrijf op de Europese markt voor gezond en duurzaam voedsel. Ons doel is 'connecting to nature' en we richten ons op biologische, vegetarische en fair trade producten met een goede voedingswaarde. Ons bedrijf zet zich in voor een positieve veranderingen in voedsel in Europa. Onze merken omvatten vele pioniers en marktleiders: Allos, Alter Eco, Bjorg, Bonneterre, Clipper, Destination, El Granero, Isola Bio, Kallø, Mrs Crimble, Tartex, Whole Earth en Zonnatura.



Christophe Barnouin, CEO van Wessanen.

DROOM VOOR DE TOEKOMST

We zijn al meer dan 250 jaar in Nederland gevestigd en Amsterdam is een fantastische stad om zaken te doen. Het is een stad waar veel nieuwe ideeën ontstaan. Er zijn veel ondernemers met geweldige ideeën die ernaar streven de wereld van voedsel te verbeteren. Hoe meer we daarvan hebben, hoe beter het is voor ons en onze planeet.

www.wessanen.com



Pijler 3

KAPITAAL

3

Ook impact bedrijven hebben doorgaans in hun verschillende groeifasen behoefte aan financiering, vaak gekoppeld aan expertise en toegang tot netwerken. In het Integrated Capital Network, een netwerk van impact financiers, is reeds gebleken dat er interesse is voor een breder veld van impact ondernemingen. Qua continuïteit springen bedrijven die impact centraal zetten er vaak gunstig uit. Vaak worden zij als extra risicovol gezien, maar op basis van ervaringen van financiers met impact financiering blijkt dat dat beeld zou moeten worden bijgesteld. Ook onderzoek van onder andere NN Investment Partners & Universiteit Maastricht leert dat ondernemingen met een hogere Environmental, Social and Governance score (ESG-score) financieel beter presteren.²³

Doel van deze pijler is dat voor deze ondernemingen in elke levensfase voldoende kapitaal beschikbaar is. Hierbij zijn drie aspecten van belang:

1. het bevorderen van onderlinge samenwerking tussen verschillende typen financiers;
2. het versterken van de connectie tussen financiers en impact bedrijven;
3. een versterking van de kennis en expertise over en weer.

Kapitaal is in het algemeen voor sociale ondernemingen niet meer het grootste obstakel. Toch kan de connectie tussen financiers en sociale ondernemingen nog worden verbeterd. Ook de onderlinge samenwerking tussen financiers kan beter. En het blijft ontegenzeggelijk zo dat het in de ene levensfase makkelijker is dan in de andere om kapitaal aan te trekken.²⁴

Wat gaan we doen

- We hebben de afgelopen periode ervaring opgedaan met het verbinden van financiers onderling en met sociale ondernemingen. Ook hebben we ons gericht op het bevorderen van kennisdeling over best practices van concrete samenwerking tussen financiers en sociale ondernemingen in het ecosysteem. Op beide aspecten hebben we in co-creatie met financiers, sociale ondernemingen en netwerkorganisaties concepten ontwikkeld en toegepast.

23. Zie: <https://www.nnip.com/en-INT/professional/insights/study-confirms-contribution-of-esg-factors-to-investment-performance-says>

24. Zie onder meer ABN Amro (2017) 'De Romantiek voorbij. De noodzaak voor marktontwikkeling voor sociale ondernemingen'. https://www.abnamro.com/en/images/Documents/035_Social_Newsroom/Press_Releases/2017/ABN_AMRO_Sociaal_Ondernemen_2017-07.pdf

3

- In het Integrated Capital Network faciliteren we de gerichte samenwerking tussen een waaier van financiers en sociale ondernemingen, om de totstandkoming van een geïntegreerde financiering van de sociale onderneming te stimuleren. Ook gaat het om het faciliteren met expertise en toegang tot netwerken. Afhankelijk van de behoefte verkennen we of deze maatregel kan worden uitgebreid tot maatschappelijk gedreven ondernemingen, zoals B Corps.
- Dat geldt ook voor Unpack Impact, waar een tandem van een financier en een sociale onderneming kennis deelt over de concrete samenwerking in het proces van financiering en de sociale onderneming ter plekke ook een beroep kan doen op de expertise van spelers in het ecosysteem. Dit concept wordt waar mogelijk ook verbreed tot maatschappelijk gedreven ondernemingen als B Corps en bedrijven met een certificaat van Economy for the Common Good.
- Wereldwijd is er steeds meer geld beschikbaar voor financiering in impact. We willen deze financiers en impact ondernemingen van dienst zijn door de aandacht op ons impact ecosysteem te vestigen en concrete verbindingen tussen impact ondernemingen en financiers te faciliteren. Dat geldt ook voor vermogensfondsen. We zullen onze expertise inbrengen bij gemeentelijke initiatieven voor Social Impact Bonds.

Met dit alles bevorderen wij dat Amsterdam zich kan ontwikkelen als knooppunt voor impact investing.



Katrin Ley

Managing Director Fashion for Good

Fashion for Good verbindt internationale innovators met grote modemerken en retailers. Amsterdam is hiervoor de uitgelezen plek, vanwege het sterke startup- en investeringsecosysteem en de nauwe betrokkenheid bij duurzaamheid en circulariteit.



MAATREGELEN PIJLER 3: KAPITAAL

Maatregel	Toelichting acties
Maatregel Integrated Capital Network voor impact ondernemerschap	• Doorontwikkeling Integrated Capital Network, waarin verschillende typen financiers samenwerken in de financiering van impact ondernemingen. • Verkennen van behoefte bij maatschappelijk gedreven ondernemingen.
Maatregel Aantrekken financiers en vergroten kapitaalaanbod	• Verbinden van vermogensfondsen met sociale ondernemingen. • Bijdragen aan gemeentelijke initiatieven voor Social Impact Bonds. • Onder de aandacht brengen van Amsterdamse ecosysteem van impact ondernemerschap bij impact financiers, bijvoorbeeld in het kader van internationale bijeenkomsten.
Maatregel Unpack Impact	• Doorontwikkeling Unpack Impact, waarin best practices van sociale ondernemingen en financiers gedeeld worden, met cases over samenwerkingen tussen financiers en maatschappelijk gedreven ondernemingen, zoals B Corps en bedrijven met een certificaat van Economy for the Common Good.

Potentiële partners

Social Impact Ventures nl, Impact Hub Amsterdam, Generous Minds, ABNAMRO, Social Impact Fund, Stichting Doen, Triodos, SE Fund, Social finance.nl, SET Ventures, Vermogensfondsen, zoals de partners in het convenant met de gemeente, de Maatschappelijke Alliantie, B Corp Europe, Economy for the Common Good, Pymwymic.

HOGESCHOOL VAN AMSTERDAM (HVA)

IMPACT

De HvA verbreedt haar impact meer en meer. Er is het Lab Social Entrepreneurship waar praktijkgericht onderzoek plaatsvindt, zoals over hoe sociaal ondernemers en de gemeente beter kunnen samenwerken en hoe sociale initiatieven kunnen doorgroeien tot sociale ondernemingen. Er worden SDG hackathons georganiseerd en masterclasses over ondernemen. Er is een landelijk netwerk rond sociaal ondernemerschap in het hoger onderwijs én in februari 2020 gaat voor het eerst een minor over sociaal ondernemerschap van start, met de titel 'Entrepreneurship for Society'.



Dr. Ingrid Wakkee,
Lector Entrepreneurship Hogeschool van Amsterdam.

DROOM VOOR DE TOEKOMST

Graag willen we sociaal ondernemerschap de komende jaren in steeds meer opleidingen aan bod laten komen. Het is belangrijk dat het thema sociaal ondernemerschap op de hogeschool 'rondzingt'. Met 50.000 studenten en 6.500 medewerkers heb je een enorm bereik. Als alle HvA-studenten op de een of andere manier tijdens hun studie met sociaal ondernemerschap in aanraking komen, is dat natuurlijk prachtig!

www.hva.nl/ondernemerschap/onderzoek/social-entrepreneurship



Hogeschool van Amsterdam

Sociaal ondernemerschap: een inleiding voor onderzoek en onderwijs



INTERNATIONALISERING

4

Op meerdere plekken in de wereld is er sprake van een beweging naar een economische ontwikkeling waarin meervoudige waarde creatie steeds belangrijker wordt. Er zijn verschillende steden en regio's waar sociaal ondernemerschap, en breder ook impact ondernemerschap, wordt bevorderd. Dit biedt ook kansen voor samenwerking in Europese projecten. Het is belangrijk dat Amsterdam de tijdens het eerste actieprogramma opgebouwde positie daarin versterkt, omdat dat ten goede komt aan de impact bedrijvigheid die we willen stimuleren met het nieuwe programma. Op die manier kunnen we sociale ondernemingen en bijvoorbeeld B Corps die zich in Amsterdam willen vestigen of vanuit hier naar andere markten willen opschalen van dienst zijn.

Het verbinden van stedelijke en regionale ecosystemen helpt ook mee bij het behalen van resultaten in de andere pijlers van dit programma, zoals in de pijler transitie, waar we kennis willen genereren en in de pijler kapitaal, waarin we meer impact financiering naar Amsterdam willen aantrekken. Er zal dan ook met counterparts bij buitenlandse gemeenten, regio's of waar relevant op landelijk niveau worden samengewerkt, evenals met kennisinstellingen, netwerkorganisaties en financiers.

Wat gaan we doen

- In deze pijler ontwikkelen en onderhouden we een stedelijk netwerk van ecosystemen voor impact ondernemerschap.
- Faciliteren dat impact ondernemingen eenvoudiger de internationale markt kunnen betreden door middel van handelsmissies.
- Ook wordt een bredere strategie voor het mede ontwikkelen en aantrekken van events met internationale uitstraling ontworpen (in samenwerking met Amsterdam Conventions). Deze bouwt voort op de huidige aanpak voor sociaal ondernemerschap, waarin we vooruitlopend op het nieuwe programma bijvoorbeeld al samengewerkt hebben met B Corp Europe in hun jaarlijkse summit.
- In dit verband is ook een actualisering aan de orde van de communicatie- en branding strategie, met inbegrip van de bijbehorende communicatiemiddelen, gericht op internationale doelgroepen. Wij breiden de website www.iamsterdam.com/impact uit met meer content, zoals nieuws, events, video's, infographics en essentiële informatie, o.a. voor impact ondernemingen die zich in Amsterdam willen vestigen. De social

media wordt uitgebreid van 1 naar 3 kanalen, met naast het Twitter kanaal ook een LinkedIn account en een nieuwsbrief. Dat maakt goede content op de website met o.a. toonaangevende voorbeelden van spelers in het ecosysteem belangrijk. We verkennen de behoefte aan een digitaal platform waarop het ecosysteem van impact ondernemerschap elkaar kan vinden.

MAATREGELEN PIJLER 4: INTERNATIONALISERING	
Maatregel	Toelichting acties
Maatregel Impact Entrepreneurship Ecosystem netwerk	Impact Entrepreneurship Ecosystem network met andere steden: • Ontwikkelen en onderhouden van een netwerk van steden die werken aan het versterken van een ecosysteem voor impact ondernemerschap en een economische ontwikkeling waarin meervoudige waarde creatie centraal staat. • Daarin gaan wij kennis en best practices delen over de rol van de lokale overheid in het ecosysteem en de concrete maatregelen die wij hebben ontwikkeld en zullen ontwikkelen. • Co-creëren en uitvoeren van projecten met deelnemende steden, met als doel om netwerken te verbinden, waarmee impact ondernemingen geholpen zijn, zoals een soft landing en expertise programma. Dit biedt ook kansen voor Europese projecten. • Hierbij bouwen wij voort op de internationale verbindingen die we in het kader van Amsterdam Impact 2015-2018 hebben gesmeed.
Maatregel Handelsmissies	• Ontwikkelen en uitvoeren van een programma en/of activiteiten voor impact ondernemingen in handelsmissies, van o.a. gemeente Amsterdam (i.s.m. Amsterdam Trade en Innovate).
Maatregel Aantrekken en mede ontwikkelen van events met internationale uitstraling en deelnemers.	• Opstellen van een strategie, met een inventarisatie van benodigde aanpak en partnerships, en de haalbaarheid van het aantrekken van events (i.s.m. Amsterdam Conventions).

**Maatregel
Communicatie en
branding, gericht
op internationale
stakeholders**

- Ontwikkelen en uitvoeren nieuwe communicatie en branding strategie gericht op internationale stakeholders
- Vernieuwen website van Amsterdam Impact en uitbreiding social media kanalen
- Verkennen behoefte digitaal platform voor het ecosysteem

Potentiële partners

Stedelijke overheden en andere relevante partners in ecosystemen in andere steden, financiers, kennisinstellingen in Nederland en internationaal, Impact Hub Amsterdam en Impact Hub International, SDG Charter, B Corp Europe, B Corp International, Social Enterprise NL, RVO, Amsterdam & Partners.



Buy Social Event XL in The Student Hotel Amsterdam tijdens The Impact Days.

IMPACT ONDERNEMERSCHAP IN DE BUURT

5

Ook op buurtniveau werken impact ondernemingen aan het oplossen van maatschappelijke uitdagingen waar Amsterdam voor staat. Daarmee leveren zij een belangrijke bijdrage aan de economische ontwikkeling en leefbaarheid van deze buurten. Deze plekken zijn daarmee ook vaak een kweekvijver voor impact ondernemerschap op terreinen als sociale cohesie, afstand tot de arbeidsmarkt, armoede en duurzaamheid. Wij willen de bedrijvigheid die op buurtniveau meervoudige waarde creëert bevorderen. De ervaring van de afgelopen jaren heeft ons geleerd dat sociale ondernemingen in buurten regelmatig behoefte hebben aan expertise of het versterken van ondernemersvaardigheden.

Wat gaan we doen

- Het nieuwe Amsterdams Ondernemers Programma – naar een sterke buurteconomie (AOP) zal in het teken staan van het versterken van de buurteconomie. Een sterke buurteconomie draagt bij aan de leefbaarheid, veiligheid, identiteit en sociale cohesie in de buurt. Ook ondernemers spelen daarin met hun buurtonderneming een belangrijke rol. Buurteconomie gaat over alle economische activiteiten die onlosmakelijk verbonden zijn met een lokale klantenkring in een buurt, vaak bewoners, maar ook een netwerk van lokale ondernemers. Met economische activiteiten wordt hier bedoeld ondernemers en bedrijven die financieel zelfvoorzienend zijn en dus voor eigen winst of verlies werken.²⁵
- Ook impact ondernemingen zijn een belangrijke schakel in vitale en leefbare buurten. We hebben dan ook gericht aandacht voor deze impact ondernemingen op buurtniveau, die wij stimuleren en faciliteren met Challenges, waarbij waar mogelijk ook aandacht is voor het versterken van expertise en ondernemersvaardigheden. Met deze Challenges dragen we bij aan de ambitie in het coalitieakkoord om de buurteconomie te versterken. In de uitvoering van deze maatregel wordt de samenwerking voortgezet met de gebieden.

25. Amsterdams Ondernemers Programma 2019-2022, Naar een sterke Buurteconomie. Dit programma wordt na de zomer aan de raad aangeboden.

TRIODOS

IMPACT

Geld krijgt betekenis als er iets goeds mee gedaan wordt

Al sinds de oprichting in 1980 investeert Triodos Bank in initiatieven die een positieve impact hebben op de wereld om ons heen. Zo financieren we betere zorg voor kwetsbare ouderen en kinderen. Ook dragen we bij aan het verminderen van voedselverspilling en de productie van schonere energie, en ondersteunen we kunst die inspireert en bruggen slaat. Met het spaargeld dat mensen aan Triodos Bank toevertrouwen, verstrekken we leningen aan inspirerende ondernemers en vernieuwende projecten. Zo kon in 2018 mede dankzij deze financieringen in de elektriciteitsbehoeften van 2.5 miljoen huishoudens in groene energie worden voorzien, maakten 41.000 mensen gebruik van ouderenzorg en bezochten 22,6 miljoen bezoekers allerlei culturele evenementen. In Amsterdam Noord verstrekten we hypotheek aan het CPO-project Schoonschip, waar bewoners zonder tussenkomst bouwen aan de meest duurzame drijvende wijk van Europa.

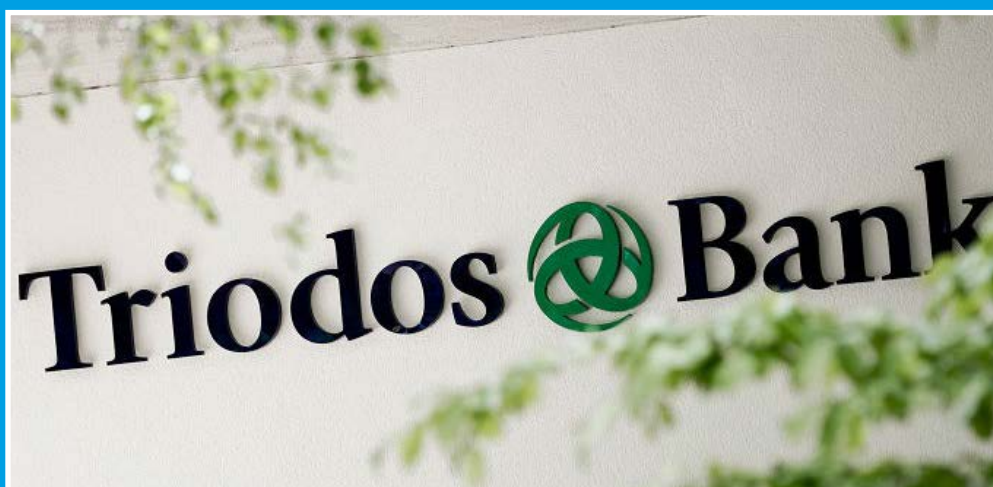


Matthijs Bierman,
Managing Director Triodos Bank Nederland.

DROOM VOOR DE TOEKOMST

Onze purpose staat in het hart van de impact economie, en wij juichen de ambitie van Amsterdam voor meer kruisbestuiving tussen impact ondernemers en hun stad van harte toe.

www.triodos.nl



MAATREGEL PIJLER 5: IMPACT ONDERNEMERSCHAP IN DE BUURT

Maatregel	Toelichting acties
Maatregel Versterken impact ondernemerschap in buurten	Challenges voor impact ondernemingen actief op buurtniveau.
Potentiële partners Externe partners van het AOP 2019-2022, Starters4Communities, Impact Hub Amsterdam, Social Enterprise NL.	



Mark Schneiders

CEO of KIT Royal Tropical Institute (KIT)



SDG House is een uitnodiging aan alle Amsterdamse ondernemers om samen de impact economie te versnellen, en daarmee bij te dragen aan de 17 werelddoelen voor duurzame ontwikkeling.

STIMULEREN VAN VERBINDINGEN IN HET ECOSYSTEEM & IMPACT ECOSYSTEEM LIASION

Kenmerkend voor een ecosysteem is dat het staat of valt met interactie en verbinding tussen de verschillende spelers daarin. Voor het maken van impact op maatschappelijke uitdagingen is samenwerking, zowel binnen als tussen verschillende sectoren, vaak erg belangrijk.

Sociale ondernemingen en maatschappelijk gedreven ondernemingen hebben dan ook grote behoefte aan het leren kennen van relevante partners in het ecosysteem, het uitwisselen van kennis en aan samenwerking met andere spelers. Niet in de laatste plaats gaat het ook om zaken doen met elkaar, om op die manier de impact te vergroten.

Wat gaan we doen

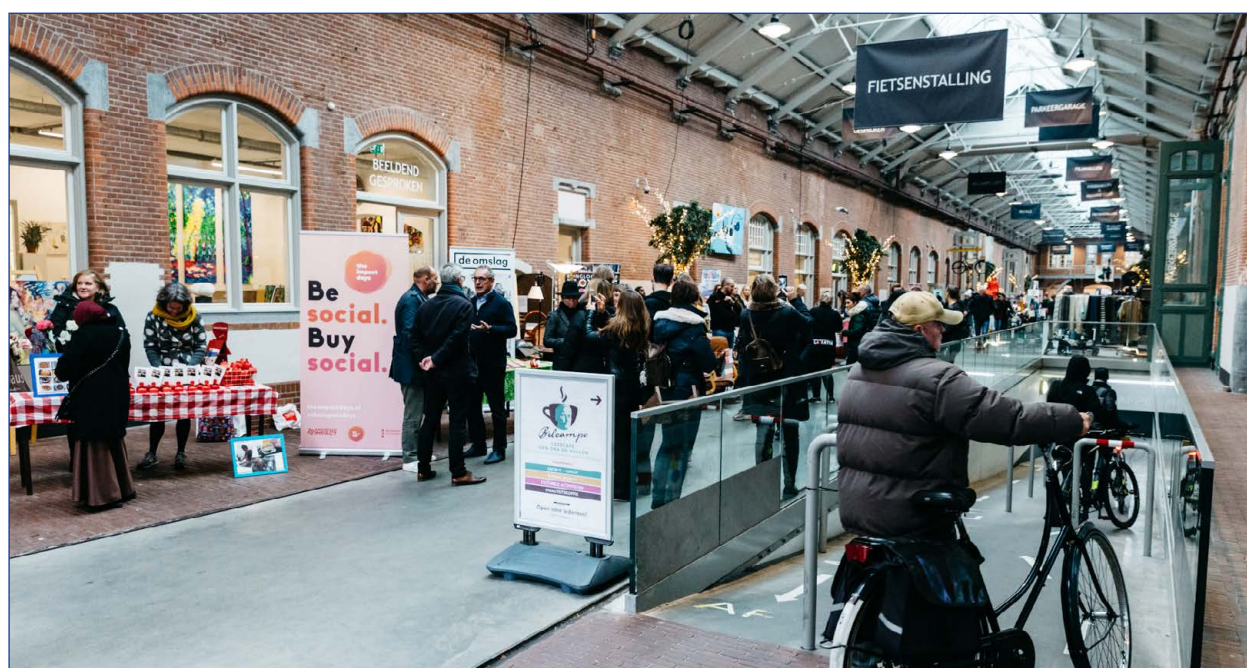
- Wij willen een optimale omgeving bieden voor impact ondernemerschap, door het verbinden van spelers in het ecosysteem binnen en buiten de gemeente. Op concrete punten faciliteren wij de verbinding tussen spelers ook in andere maatregelen in dit programma. Dat wordt hier gecombineerd met de impact ecosysteem liaison, die op dagelijkse basis partijen in het ecosysteem gevraagd en ongevraagd met elkaar zal verbinden. Het team van Amsterdam Impact zal ook in de komende periode het aanspreekpunt zijn voor impact ondernemingen en andere relevante partners in het ecosysteem en interactie tussen hen bevorderen.
- Ook zullen we alle partijen in het ecosysteem voorzien van accurate en objectieve, niet-commerciële informatie. Daar hebben we als lokale overheid en publieke speler een rol, die zich ook uitstrekt tot het transparant en zichtbaar maken van alle partners die zich in het ecosysteem bewegen en de activiteiten die daarin plaatsvinden.
- In deze pijler richten wij ons op het informeren van Nederlandstalige stakeholders/partners, door de ontwikkeling van een Nederlandstalige branding strategie en communicatiemiddelen, zoals een webpagina. Dit past ook bij de grotere aandacht voor impact ondernemerschap op buurtniveau, de toenemende samenwerking met andere steden in Nederland, de ontwikkelingen op nationaal niveau en is van belang bij het betrekken van de eigen gemeentelijke organisatie. Wij bouwen daarbij voort op de ervaringen met en aanpak van de reeds bestaande Engelstalige website van Amsterdam Impact.
- Ten slotte continueren we onze inzet op het mede ontwikkelen en aantrekken van events gericht op Nederlandstalige bezoekers.

MAATREGEREL PIJLER 6: STIMULEREN VERBINDINGEN ECOSYSTEEM & IMPACT ECOSYSTEEM LIAISON

Maatregel	Toelichting acties
Maatregel impact ecosysteem liaison	Loket- en loodsfunctie die spelers uit het impact ecosysteem binnen en buiten de gemeente verbindt en verder op weg helpt.
Maatregel Aantrekken en/of mede ontwikkelen van Events	Aantrekken en/of mede ontwikkelen van Events gericht op Nederlandse bezoekers (i.s.m. Amsterdam Conventions).
Maatregel Communicatie en branding gericht op Nederlandstalige stakeholders	Ontwikkelen en uitvoeren van een communicatie- en branding strategie, gericht op Nederlandse stakeholders, o.a. door ontwikkelen van een Nederlandstalige webpagina en andere communicatiemiddelen.

Potentiële partners

G4, G40, netwerkorganisaties en diverse spelers uit het ecosysteem, financiers, kennisinstellingen, MRA, Social Enterprise NL, Impact Hub Amsterdam.



Social Market in De Hallen Amsterdam tijdens The Impact Days.

Programmaorganisatie

Ook de nieuwe periode werken we met een klein programmteam. Telkens wordt afgewogen welke rol we als overheid het beste kunnen spelen. Hierbij bouwen we voort op wat de afgelopen periode heeft gewerkt.

Het is gebleken dat de ecosysteembenadering werkt en dat co-creatie met alle spelers in dat ecosysteem dé manier is om precies die maatregelen te ontwikkelen en uit te voeren waaraan behoefte is. Ook hebben we geleerd dat de gemeente een cruciale rol kan spelen, door lacunes in het ecosysteem in kaart te brengen, zaken op te pakken die anders niet gebeuren, spelers in het hele ecosysteem binnen en buiten de gemeente te verbinden, acties te initiëren, ontwikkelingen aan te jagen, informatie en mooie voorbeelden zichtbaar te maken en spelers te faciliteren. Uiteraard wordt in de uitvoering de synergie met andere

gemeentelijke programma's gezocht, zoals StartupAmsterdam 2019-2022, Circulaire Economie en het Amsterdams Ondernemers Programma 2019-2022.



Carla Houben

Curator Fundatie Sobbe



Vermogensfondsen dragen van oudsher bij aan armoedebestrijding en een inclusieve samenleving, via donaties aan organisaties die zich daarvoor inzetten. Sommige van deze organisaties weten zich te verduurzamen door zich om te vormen tot sociale onderneming. Als vermogensfondsen juichen we dit toe en zoeken we nieuwe samenwerking op. Zo verkennen we met netwerkorganisaties als Impact Hub hoe we van elkaars 'best practices' kunnen leren en versterken we de samenwerking met Amsterdam Impact, onder andere in het kader van het convenant tussen de gemeente Amsterdam en de fondsen.

Begroting: Financieel overzicht/begroting

Voor het programma wordt 2,5 miljoen euro uitgetrokken voor de periode 2019 tot en met 2022.

Rapportage en beoogde resultaten

Het college zal jaarlijks aan de raad rapporteren over het programma en de resultaten van de verschillende maatregelen. In 2023 volgt een eindrapportage van het programma. In de maatregel Facts & Figures worden indicatoren ontwikkeld en een nulmeting uitgevoerd. In het programma Amsterdam Impact 2015-2018 werd gebruik gemaakt van monitorgegevens van netwerkorganisaties over hun leden. Doelstellingen die in ieder geval worden gevolgd zijn:

- Meer banen bij impact ondernemingen (sociale ondernemingen en maatschappelijk gedreven ondernemingen).
- Groei aantal impact ondernemingen (sociale ondernemingen en maatschappelijk gedreven ondernemingen).
- Verbetering markttoegang voor impact ondernemingen.
- Verbetering kapitaaltoegang voor impact ondernemingen.

FINANCIEEL OVERZICHT AMSTERDAM IMPACT

Bedragen x € 1000 Bedragen exclusief BTW

	Pijlers	Begroot 2019	Begroot 2020	Begroot 2021	Begroot 2022	Totaal begroot 2019-2022
1	Transitie	125,0	245,0	255,0	120,0	745,0
1A	<i>Facts en figures</i>	20,0	0,0	0,0	0,0	20,0
1B	<i>Transformatielabs en experimenten</i>	10,0	80,0	100,0	20,0	210,0
1C	<i>Genereren en ontsluiten kennis</i>	20,0	40,0	30,0	10,0	100,0
1D	<i>Challenges en programma's</i>	50,0	100,0	100,0	65,0	315,0
1E	<i>Talent en impact ondernemerschap</i>	25,0	25,0	25,0	25,0	100,0
2	Markttoegang	80,0	90,0	90,0	75,0	335,0
3	Kapitaal	30,0	40,0	30,0	30,0	130,0
4	Internationalisering	110,0	110,0	110,0	110,0	440,0
4A	<i>Impact Entrepreneurship Ecosystem netwerk</i>	40,0	40,0	40,0	40,0	160,0
4B	<i>Internationale events</i>	15,0	15,0	15,0	15,0	60,0
4C	<i>Handelsmissies</i>	25,0	25,0	25,0	25,0	100,0
4D	<i>Communicatie & branding</i>	30,0	30,0	30,0	30,0	120,0
5	Impact in de buurt	70,0	155,0	150,0	105,0	480,0
6	Ecosysteem: Netwerkpartner & Loods	100,0	90,0	90,0	90,0	370,0
TOTAAL PROGRAMMA		515,0	730,0	725,0	530,0	2.500,0

Bijlage: Aanbevelingen OECD 2018²⁶

De aanbevelingen van de OECD zijn met name gericht op het versterken van het ecosysteem voor sociaal ondernemerschap en sociale innovatie, én zijn gericht op het niveau van de nationale overheid.

Waar relevant voor het lokale en regionale niveau besteden wij aandacht aan deze aanbevelingen met de maatregelen in dit programma. Ook verbreden wij die waar nuttig naar impact ondernemerschap.

Maatregelen waarin de aanbevelingen van de OECD worden geadresseerd zijn onder andere de maatregelen gericht op het versterken van de zichtbaarheid van impact ondernemingen, het vergroten van aanbod van programma's voor impact ondernemerschap competenties van jongeren, en de zichtbaarheid van ondernemersprogramma's in het algemeen, de maatregelen in de pijlers markttoegang, kapitaal en netwerk en liaison.

Waar relevant brengen wij de OECD aanbevelingen onder de aandacht op nationaal of Europees niveau. Hierbij wordt ook samengewerkt met o.a. de G4 en de G40.

AANBEVELINGEN

1) VERDUIDELIJKEN VAN HET CONCEPTUEEL RAAMWERK

Strengths and challenges:

- Rise of a social impact society; growing interest for social entrepreneurship and social enterprises.
- But difficulties to navigate through a populated landscape, to identify social enterprises and to achieve conceptual clarity and common understanding

Policy recommendations:

- Enhance visibility and acknowledge the differences between social entrepreneurship, social enterprises and social innovation.
- Recognise the specificities of social enterprises.

2) FORMEEL ERKENNEN VAN SOCIALE ONDERNEMINGEN

Strengths and challenges:

- Socio-political momentum for the recognition of social enterprises and multiplicity of policy initiatives.
- But difficulties to identify social enterprises and trade-offs related to available legal forms.

Policy recommendations:

- Adopt an official and operational definition of social enterprise.
- Create a registration system for social enterprises.

26. https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/boosting-social-entrepreneurship-and-social-enterprise-development-in-the-netherlands_4e8501b8-en

3) STIMULEREN VAN SOCIALE IMPACT METINGEN EN RAPPORTAGES

Strengths and challenges:

- Widely recognised importance of SIM and plural market for it.
- But lack of common standards and limited knowledge about methods.

Policy recommendations:

- Promote a systematic and high quality process to measure social impact while avoiding one size-fits all approaches.
- Promote a stakeholder approach.
- Provide capacity-building vouchers.

4) ONTWIKKELEN VAN SOCIAAL ONDERNEMERSCHAPSCAPACITEITEN EN SKILLS

Strengths and challenges

- Growing interest by youth to create social impact; rich offer of SEp courses and capacity building.
- But not enough at primary/secondary education levels; lack of sufficient business skills for SEs.

Policy recommendations

- Build entrepreneurial and social entrepreneurial competences specific activities at primary level.
- Raise the visibility of existing programmes (strategy / official statement).
- Open-up explicitly capacity-building programmes.

5) VERBETEREN VAN TOEGANG TOT MARKTEN VOOR ONTWIKKELING VAN SOCIAAL ONDERNEMERSCHAP

Strengths and challenges

- Recognised importance of sustainable PP; EU PP directive window; B2B opportunities.
- But difficulties for SEs to be recognised in PP and B2B.

Policy recommendations

- Favour the ex-ante adoption of social practices through PP.
- Enhance the visibility of SEs in PP/B2B.
- Implement a procurement framework conducive to Social Innovation.

6) VERBETEREN VAN TOEGANG TOT KAPITAAL VOOR ONTWIKKELING VAN SOCIAAL ONDERNEMERSCHAP

Strengths and challenges

- Existence of a strong impact investing sector and innovative financing policies for social innovation.
- But negative perception of SEs in access to bank lending and gaps for Community based organisations.

Policy recommendations

- Promote existing capacity building opportunities and develop tailored support for different SEs.
- Launch of a Small Business Loan matching scheme.
- Continue to develop a framework for payments by outcomes, in coordination with regional and municipal authorities.

7) VERZEKEREN VAN DUURZAME INSTITUTIONELE ONDERSTEUNING VOOR SOCIAAL ONDERNEMERSCHAP EN SOCIALE INNOVATIE

Strengths and challenges:

- Multiplicity of public and private initiatives to support social entrepreneurship.
- But lack of institutional framework and insufficient policy coordination.

Policy recommendations:

- Develop an integrated set of policies to promote SEp and SI and foster a supportive ecosystem for SEs including through the Better Entrepreneurship tool.
- Create Netherlands Social Entrepreneurship and Innovation Agency.
- Leverage EU funding.

Participatieparagraaf

Het programma is in samenwerking met spelers in het ecosysteem tot stand gekomen (zoals ondernemers, bedrijven, (maatschappelijke) organisaties, financiers, netwerkorganisaties, ondernemersprogramma's, kennisinstellingen en ambtenaren binnen en buiten de gemeente waaronder de Metropoolregio Amsterdam).



Celebrate & Design meeting.

COLOFON

GRAFISCHE VORMGEVING **Gerrit Alink**

FOTO'S **Gerrit Alink, Jurre Rompa, Gabriela Hengeveld**

