

LECTORAAT NEW MARKETING

Onderzoek naar de bruikbaarheid en de effecten van de BetekenisBox

Maart 2020



Marcel Grol
mjm.grol@avans.nl



Kaj Morel
kpn.morel@avans.nl

AANLEIDING EN OPZET

ContourdeTwern stimuleert mensen via het programma Switch om een bijdrage te leveren aan een duurzame en rechtvaardige wereld. Het project Fairduurzamen richtte zich op bedrijven en maatschappelijke organisaties.

Om organisaties op weg te helpen hebben Avans studenten met hen de BetekenisBox gespeeld.

De studenten zijn vooraf getraind door Stefan van Teeffelen en Ad Schenkels van het Avans Ondernemerscentrum.

Het lectoraat New Marketing heeft onderzocht hoe (on)bruikbaar de BetekenisBox is en welke effecten dit serieuze spel heeft op de deelnemende personen.



DEELNEMERS

8 Avans studenten

Human Resource Management (2x)

International Studies (4x)

Bedrijfskunde

Social Work

8 organisaties

Hotel

Persoonlijke dienstverlening

HBO opleiding

MBO opleiding

Vastgoedonderhoud

Online contentmaker

Automatisering dienstverlening

Interieurontwerper



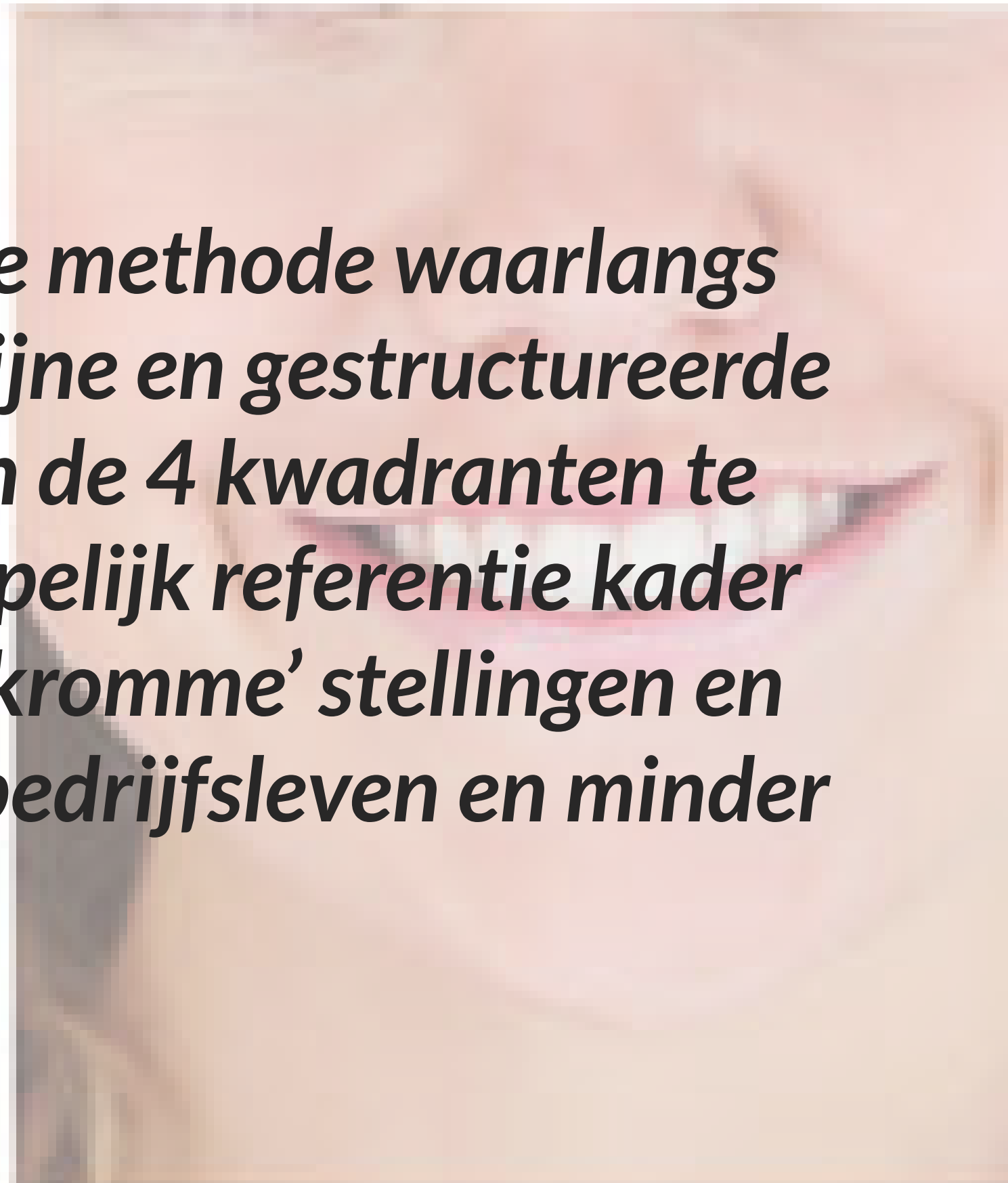
"Het houdt je als eigenaar van een bedrijf een spiegel voor. Het zorgt dat je kernwaarden van je bedrijf in het oog houdt. Ik kan dit iedereen aanraden."



"Zeer fijne sessie waar ik meer inzicht heb gekregen in mijn bedrijf en haar duurzame initiatieven. Voor mij was het voornamelijk waardevol omdat er meerdere invalshoeken werden gebruikt waar ik zelf nog niet aan had gedacht. Verder was het soms confronterend, wat ik zelf goed vind omdat het een serieus onderwerp is."



"De kern is dat we in gesprek zijn geraakt. Daarbij is de methode waarlangs volgens mij niet eens zo heel belangrijk. Het is wel een fijne en gestructureerde methode met een duidelijke opbouw. Door heel snel in de 4 kwadranten te denken en te spreken heb je wel vlot een gemeenschappelijk referentie kader waarvanuit gesproken kan worden. Hier en daar wat 'kromme' stellingen en ook kwa taal merk je dat e.e.a. vooral is toegespitst op bedrijfsleven en minder op not for profit."



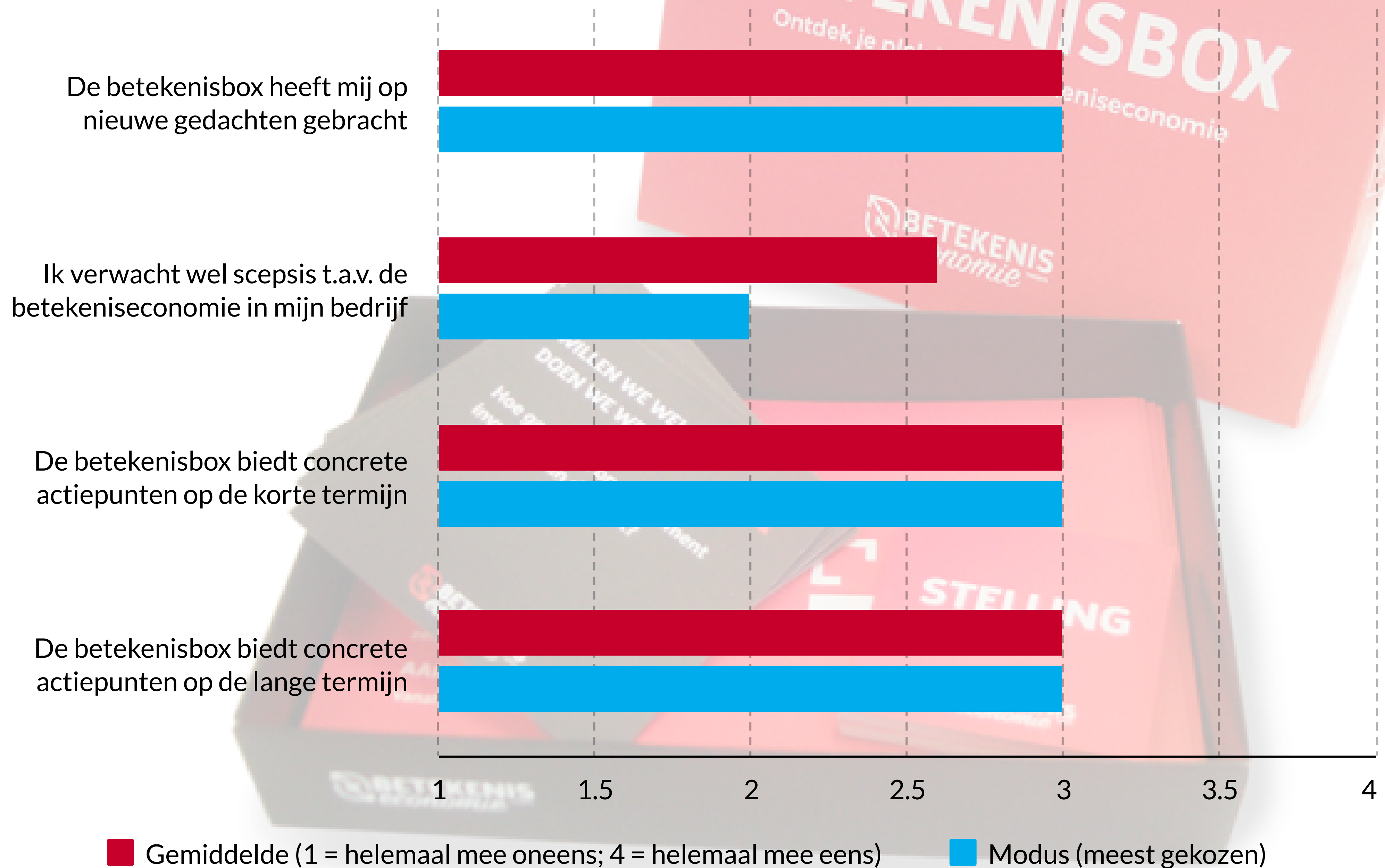
OBSERVATIES



- Organisaties willen betekenisvol ondernemen en vinden dat ze al veel doen. Dat geldt vooral voor organisaties die vanuit hun aard gericht zijn op dienstbaar zijn en bijdragen aan een betere wereld en/of het welbevinden van anderen.
- De stellingen van de BetekenisBox hebben niet altijd dezelfde nuanceringsomdat ze door mensen deels verschillend uitgelegd worden. Rechtvaardige prijs betekende bijvoorbeeld voor de een een marktconforme prijs, voor iemand anders inkoop+ reële marge en voor een derde was dit afhankelijk van de kwaliteit van het geleverde.
- Een aantal studenten miste het vermogen om op een adequate wijze door te vragen.
- Verscheidene organisaties zaten nog in de start-up fase. Zij hadden de intentie om betekenisvol te ondernemen, maar zagen zich 'genoodzaakt' om toch eerst ook geld te verdienen om persoonlijk en zakelijk te overleven: "Ik wil wel duurzaam werken, maar als de klant een beperkt budget heeft, wordt het toch plastic"
- Sommigen geven aan een aantal 'goede dingen' te doen omdat ze daar ook een win-win situatie in zien, zoals het tonen van lokale betrokkenheid en het verkrijgen van naamsbekendheid.

EFFECTEN EN BRUIKBAARHEID *

Alle organisaties geven aan dat ze de BetekenisBox een 'waardevolle manier om mee te werken' vinden en dat het nu 'duidelijk geworden is wat de betekeniseconomie inhoudt'.



* De resultaten van de MBO opleiding bleken voor deze analyses niet bruikbaar en zijn niet meegenomen.

STELLINGEN *

- Gemiddeld komen 10.4 van de 21 stellingen terecht in het kwadrant Willen we wel - Doen we wel. De stellingen die hier het vaakst geplaatst worden staan hiernaast. Ook vaak geplaatst zijn:
 - Wij zullen nooit iets verkopen waar mensen niets aan hebben of dat slecht voor hen is (5x)
 - Onze producten en diensten maken de wereld beter. Dat is belangrijker dan geld verdienen (5x)
 - Wij hanteren voor al onze producten en diensten een rechtvaardige prijs (5x)
 - Samenwerking en collegialiteit zijn belangrijker dan individuele carrières (5x)
- Gemiddeld komen 4.1 van de 21 stellingen terecht in het kwadrant Willen we wel - Doen we niet. De stellingen die hier het vaakst geplaatst worden staan hiernaast.

* De resultaten van de MBO opleiding bleken voor deze analyses niet bruikbaar en zijn niet meegenomen.

DOEN
WE WEL

ONZE PLEK IN DE
BETEKENISECONOMIE

DOEN
WE NIET

6x

Wij kijken niet alleen naar wat iemand wil (behoefte), maar ook naar wat goed voor iemand is (belang).

BETEKENIS
economie

6x

Wij meten succes af aan andere zaken dan de stijging van ons marktaandeel, onze omzet en onze winst.

BETEKENIS
economie

5x

Wij laten ons leiden door de lange termijn en niet door de korte termijn.

BETEKENIS
economie

6x

Wij dragen de uitgangspunten van de betekenisconomie actief uit in onze omgeving.

BETEKENIS
economie

WILLEN
WE WEL

4x

Wij vragen medewerkers, klanten en leveranciers ons te helpen een positieve bijdrage aan de samenleving te leveren.

BETEKENIS
economie

4x

Wij stimuleren onze medewerkers, klanten en leveranciers om te denken en te handelen vanuit hun betekenis voor anderen in plaats vanuit hebzucht voor henzelf.

BETEKENIS
economie

CONCLUSIES BRUIKBAARHEID

De BetekenisBox werkt voor organisaties om te spiegelen en in gesprek te raken over de betekenis economie en betekenisvol ondernemen.

Om de BetekenisBox goed te begeleiden heb je gespreksvaardigheden nodig om de diepte in te gaan en tot heldere interpretaties te komen.

Daarnaast is begrip van de betekenis economie nodig om de juiste context te kunnen verschaffen bij de stellingen. Een specifieke training helpt daarbij maar is niet voor iedereen afdoende.

Een aantal stellingen is niet helder geformuleerd en dient aangepast te worden.

Het blijkt lastig om binnen één tot anderhalf uur tot verdieping en actie te komen op elk van de stellingen. Een eerste verkenning lukt wel binnen die tijd. De 'spelregels' m.b.t. de verschillende stappen in de BetekenisBox zijn te ambitieus voor de aangegeven tijd.

CONCLUSIES EFFECTEN

Door gebruik te maken van de BetekenisBox nemen begrip van en bewustzijn over betekenisvol ondernemen toe en komen deelnemers op nieuwe gedachten hieromtrent.

De BetekenisBox nodigt uit tot het opstellen van concrete actiepunten voor de korte en langere termijn (zie bijlage).

De meeste stellingen worden aan de kant Willen we wel gelegd. Dit duidt erop dat deelnemers enthousiast zijn over/zich kunnen vinden in de uitgangspunten van de betekeniseconomie.

Tegelijkertijd worden veel stellingen beoordeeld als Doen we wel. Organisaties menen volop werk te maken van de betekeniseconomie. Als je hen wat dieper laat graven, komen ze vaak tot de conclusie dat ze toch minder doen dan ze dachten of dat ze veel meer zouden kunnen doen. Dit is van belang als we daadwerkelijk verandering in ondernemerschap willen zien. De conclusie *doen wel al* is geschikt om alles bij het oude te kunnen laten.

BETEKENISBOX
Ontdek betekenis in de betekeniseconomie

BETEKENIS
economie

ACTIE

STELLING

BETEKENIS
economie

KORTOM

Mits goed begeleid en openhartig en open-minded ingestoken is de BetekenisBox in aangescherpte vorm een effectief, door deelnemers gewaardeerd en leuk om te doen instrument om de betekenis economie aan te jagen en organisaties te stimuleren tot betekenisvol ondernemen.

MEER WETEN?

Voor alle vragen over dit onderzoek, bijvoorbeeld over de exacte inhoud en opzet van de training vooraf en het onderzoek tijdens de sessies, kun je contact opnemen met Kaj Morel via k.p.n.morel@avans.nl.

MET DANK AAN

De studenten en organisaties
Clasien Vermeer en Saskia Peeters
(ContourdeTwern)
Stefan van Teeffelen en Ad Schenkels
(Avans Ondernemerscentrum)

WAARSCHUWING

Het gebruik van de BetekenisBox is voor eigen risico. Het kan je leven veranderen.

BIJLAGE - ACTIEPUNTEN

- Verder naar buiten treden met de duurzaamheidsgedachte
- Investeren in duurzame producten die langer meegaan
- Ervoor waken om niet tegen de visie in te gaan
- Kijken naar mogelijkheden om overbodige spullen van zorggezinnen, die normaal worden weggegooid, een nieuwe bestemming te geven (bijv. kringloop)
- Helder maken wat wel en niet past binnen het takenpakket van de organisatie
- Aanschaf zonnepanelen (optioneel)
- Het opzetten van een collectief met andere ondernemers om sterker te staan op het gebied van betekenisvol ondernemen
- Meer uitdragen dat het bedrijf een bijdrage probeert te leveren aan de samenleving
- Leveranciers meer stimuleren om duurzame producten af te leveren
- Meer bijdrage aan maatschappelijke projecten
- Mogelijkheden bedenken om gasten een bijdrage aan de samenleving te laten leveren
- Duurzame boiler/ketel aanschaffen om zo duurzaam mogelijk te kunnen douchen
- Duurzaam en betekenisvol ondernemen toevoegen aan de missie en visie
- Deelnemen aan de minor 'Betekenisvol ondernemen' van Avans
- Studenten meer stimuleren om een bijdrage te leveren aan de samenleving
- De principes van de betekeniseconomie actiever uitdragen
- Onderzoek doen of iedereen binnen de productieketen eerlijk wordt beloond
- Meer investeren in de leerlingen die het niet halen
- Meer contact onderhouden met studenten die de opleiding hebben afgerond
- Als collectief zich meer inzetten voor maatschappelijke projecten
- Concrete doelen vaststellen voor de lange termijn
- Medewerkers meer stimuleren om een bijdrage te leveren aan een ander
- Het actief uitdragen van de principes van de betekeniseconomie
- Zich meer inzetten voor maatschappelijke projecten (bijv. Voedselbank)
- Het helpen van andere ondernemers door te investeren in *Start-ups*
- Medewerkers en leveranciers bewuster maken van de principes van de betekeniseconomie
- Medewerkers en leveranciers stimuleren om zich actiever in te zetten voor de samenleving
- Uitgangspunten betekeniseconomie meer uitdragen
- Informeren bij leveranciers over in hoeverre zij zich inzetten voor duurzame diensten en producten
- Verduurzamen van het wagenpark
- Leveranciers wijzen op het halen of het nastreven van het PSO-keurmerk
- Een grotere bijdrage leveren, binnen de mogelijkheden van het bedrijf, aan regionale maatschappelijke initiatieven
- Uitdragen maatschappelijk verantwoord ondernemen richting klanten
- De focus binnen bedrijfsvoering leggen op verduurzaming van de woningbouw. Hier moet vooral gekeken worden naar concrete oplossingen
- Training over duurzaamheid faciliteren voor personeel
- Kijken naar verduurzaming van het bedrijfspand