



Het Digitale Tijdperk van Sociale en Circulaire Ondernemingen: Trends, Kansen en Toekomstige Routekaart



Medegefinancierd door
de Europese Unie



Dankwoord

Dit is het eindrapport van het project "The digital era of social enterprises: trends and opportunities within the circular economy (DigiSocCirc)", mede gefinancierd door het Europees Sociaal Fonds Plus (ESF+) Programma van de Europese Unie. Het project van 12 maanden richt zich op het helpen van sociale ondernemingen die actief zijn in de circulaire economie en die digitalisering gebruiken voor het ondersteunen en opschalen van de onschatbare sociale en milieu-impact die ze hebben. Het behandelt de belangrijkste trends, bedreigingen en kansen voor digitalisering op het gebied van kringloop en reparatie.

Het projectconsortium, geleid door [RREUSE](#), bestaat uit afzonderlijke sociale ondernemingen evenals regionale en nationale netwerken van sociale ondernemingen die actief zijn op het gebied van kringloop, reparatie en recycling in de Europese Unie, namelijk:

Partners:

- [Re-Use Austria](#)
- [Ateliere Fără Frontiere](#) (AFF, Roemenië)
- [Humana Nova](#) (Kroatië)
- [Branchevereniging Kringloop Nederland](#) (BKN, Nederland)
- [Re-Use Deutschland](#) (Duitsland)
- [Kierrätyskeskus](#) (Finland)



Medegefinancierd door
de Europese Unie

Gefinancierd door de Europese Unie. De inzichten en opinies zijn echter alleen afkomstig van de auteur(s) zelf en hoeven niet per sé overeen te komen met die van de Europese Unie of het Europees Sociale Fonds (ESF+) programma. Noch de Europese Unie noch de subsidieverstrekende autoriteit kan hiervoor verantwoordelijk worden gehouden.

Deelnemende partners:

- [Asociación Española de Recuperadores de Economía Social y Solidaria](#) (AERESS, Spanje)
- [ENVIE](#) (Frankrijk)
- [Emmaüs Europe](#)

De voorbereiding van dit rapport is tot stand gekomen met de nodige inzet, tijd en expertise van alle partners van het DigiSocCirc-project.

Gepubliceerd: September 2024

Project: DigiSocCirc - ESF-2022-SOC-INNOV

Resultaat: D11: Eindrapport

Hoofdauteur:

- Charlotte Chng, charlotte.chng@rreuse.org

Bijdragende auteur:

- Frederick Ryan Wallace, frederick.ryanwallace@rreuse.org
- Simone Schirru, simone.schirru@rreuse.org

Design en lay-out:

- [Boostern](#), info@boostern.com

04 **Beknopte samenvatting**

05 **Introductie**

09 **Digitale en sociale trends in kringloopactiviteiten**

09 Ophalen van kringloopitems

11 Sorteren

12 Logistiek

13 Traceerbaarheid

14 **Digitale en sociale trends in kringloopactiviteiten**

15 Tweedehands e-commerce

17 Kaarten en locator apps

19 **Een routekaart voor sociale en circulaire ondernemingen om digitale tools te omarmen**

19 Opschalen van digitalisering door sociale ondernemingen

20 Opschalen via internationale samenwerking bij digitalisering

24 **Beleidsaanbevelingen**

27 **Conclusies**

Beknorte samenvatting

Om zich aan te passen aan opkomende markttrends en concurrerend te blijven, is het niet langer een optie, maar eerder een noodzaak voor sociale ondernemingen die actief zijn in de circulaire economie om een digitale transformatie te ondergaan. Digitalisering biedt sociale ondernemingen een cruciale mogelijkheid om werkprocessen te verbeteren en optimaliseren op het gebied van kringloop en reparatie. Dit geldt met name voor het verzamelen van herbruikbare items, het sorteren, de traceerbaarheid en logistiek, maar ook voor de klantgerichte diensten, inclusief e-commerce en (online) kaarten. Met beperkte middelen en de focus op arbeidsintegratie van personen met een kwetsbare arbeidsmarktpositie hebben sociale ondernemingen echter te maken met aanzienlijke uitdagingen in hun digitaliseringstraject, wat hun pogingen om zich digitaal te ontwikkelen kunnen belemmeren.

Het doel van dit rapport is daarom het bieden van een uitgebreid overzicht van de verschillende digitale en sociale trends in de digitale transitie waar sociale ondernemingen die actief zijn in de kringloopbranche mee te maken hebben. Daarnaast gaan we ook in op de uitdagingen en mogelijkheden die zijn gekoppeld aan deze opkomende trends. Ook identificeren we de noodzakelijke stappen voor het verduurzamen en opschalen van digitalisering. Dit biedt een routekaart voor samenwerking op langere termijn met andere sociale ondernemingen.

Om dit te bereiken, biedt het rapport een lijst van beleidsaanbevelingen om te bepalen welke ondersteuning sociale ondernemingen nodig hebben van de EU en nationale instituten om te digitaliseren.

In algemene zin laten de belangrijkste resultaten zien dat de voordelen van digitaliseren uit meerdere aspecten bestaan: het verbetert de efficiëntie, verhoogt het profiel van sociale ondernemingen, verbetert de inzetbaarheid en vaardigheden van medewerkers (uit de doelgroep) en opent nieuwe markten en zakelijke kansen. Het is dus van vitaal belang dat deze sociale ondernemingen de krachten bundelen om synergie te creëren en interne capaciteit te bouwen om gezamenlijk de processen te digitaliseren. Cruciaal hierbij is strategische discussie op Europees en nationaal niveau, technische uitwisseling en diepgaand leren, evenals grensoverschrijdende initiatieven. Door elkaars ervaringen te benutten en middelen samen te brengen, kan succesvolle digitalisering in potentie voor iedereen een realiteit worden, met het opschalen en borgen van digitale tools en vaardigheden binnen organisaties.

Introductie

De partners van het DigiSocCirc-projectconsortium bestaan uit sociale ondernemingen in de re-use sector (zie tabel 1). Ze houden zich bezig met hergebruik van verschillende materiaalstromen, zoals textiel, elektrische en elektronische items, meubilair etc. Hiertoe zamelen ze spullen in van inwoners via hun kringloopcentra, huis-aan-huisbezoeken en bij openbare inzamelpunten, of via samenwerking met bedrijven en instanties om overgebleven producten te ontvangen. Daarna sorteren ze de artikelen in verschillende categorieën en in verschillende routes (om bijvoorbeeld te bepalen of het artikel direct kan worden hergebruikt of dat het moet worden bewerkt voordat het kan worden hergebruikt). Voor artikelen waar bewerking voor nodig is, kunnen er waar nodig reparaties of renovaties uitgevoerd worden. Daarna verkopen zij hun tweedehands artikelen in hun fysieke en online winkels. Via deze activiteiten wordt aan personen met een kwetsbare arbeidsmarktpositie werkgelegenheid geboden, wordt hun inzetbaarheid verbeterd door het aanleren van nieuwe vaardigheden (bijvoorbeeld reparatie- en naaivaardigheden) en vergroten zij hun zelfvertrouwen¹.

RREUSE, de penvoerder van het DigiSocCirc-project, is Europa's grootste netwerk van sociale ondernemingen die actief zijn op het gebied van hergebruik/kringloop, reparatie en recycling. Via het DigiSocCirc-project, heeft RREUSE verschillende workshops gecoördineerd met het projectconsortium om dieper in het thema van digitalisering voor de sociale economie community te duiken, waarbij de uitwisseling van kennis en ervaring en de samenwerking tussen de partners werd versterkt. Als hoofdauteur wil RREUSE de betekenisvolle inzichten die werden gedeeld tijdens deze projectbijeenkomsten weergeven in dit eindrapport van het DigiSocCirc-project.

Dit rapport brengt de inzichten samen van het onderzoek en de workshops die werden gehouden tijdens het eenjarige project, met bijdragen van het projectconsortium en andere RREUSE-leden. Het is gebaseerd op eerdere casestudies² en resultaatrapporten³ over de digitalisering van de logistieke kringloopactiviteiten en van digitalisering van de diensten gericht op klanten.

¹ RREUSE (2023) Putting people and skills at the core of the circular economy: 18 stories from social enterprises. ([hier](#) beschikbaar).

² RREUSE (2023) Case studies on skill sets and social impact 01. Digital and social trends in reuse operations ([hier](#) beschikbaar) en RREUSE (2024) Case studies on skill sets and social impact 02. Digital and social trends in customer-facing services ([hier](#) beschikbaar).

³ RREUSE (2023) Findings and Evaluation Report #01. Digital and social trends in reuse operations ([hier](#) beschikbaar) en RREUSE (2024) Findings and Evaluation Report #02. Digital and Social trends in customer-facing services ([hier](#) beschikbaar).

Tabel 1. Lijst van sociale ondernemingen in het DigiSocCirc-projectconsortium

Partners	Beschrijving
	Re-Use Austria is een netwerk van voornamelijk sociale ondernemingen dat 46 kringlooporganisaties in Oostenrijk vertegenwoordigt. In 2022 begon het met WIDADO, een online-marktplaats voor hergebruikte producten voor sociale ondernemingen in Oostenrijk. De belangrijkste redenen hiervoor waren de snelle groei van e-commerce en de lockdownomstandigheden tijdens de COVID-19-pandemie die een uitdaging met zich meebrachten voor de traditionele bedrijfsmodellen op basis van tweedehands fysieke detailhandel.  Re-Use Austria customer-facing services case study (pages 4-6)  WIDADO: Re-Use Austria's e-commerce solution for social enterprises
	Ateliere Fără Frontiere (AFF) is een Roemeense non-profitorganisatie voor de sociale, professionele en maatschappelijke inclusie van kwetsbare, uitgesloten en gemarginaliseerde mensen. Het biedt circulaire diensten en producten in vier werkplaatsen. Een ervan is de Remesh-werkplaats⁴, waarin spandoeken van bedrijven worden verzameld en geupcycled tot modieuze producten. Terwijl de meeste verkopen in Remesh B2B zijn, heeft het ook een online shop voor verkoop van deze producten aan particuliere klanten.  AFF customer-facing services case study (pages 9-10)  Remesh project transforming banners into fashion products for e-commerce
	Humana Nova is een sociale coöperatie die werkgelegenheid biedt aan arbeidsongeschikte en andere sociaal uitgesloten personen via de productie en verkoop van kwalitatief hoogwaardige en innovatieve textielproducten gemaakt van ecologische en gerecycleerde materialen voor de binnenlandse en buitenlandse markten. In 2021 ontwikkelde het een nieuw webshop-platform waar het geupcycled textielproducten en duurzame goederen verkoopt  Humana Nova reuse operations case study (pages 3-5)  Balancing digital & manual labour in social enterprises' reuse operation

⁴ De andere drie workshops zijn educlick (een nationaal platform voor het inzamelen en opknappen van elektronisch afval dat vervolgens aan scholen wordt gedoneerd), de bio&co organic farm (een sociale boerderij die biologische groenten verbouwt die lokaal worden geleverd via een jaarabonnement) en logietic (een innovatieve dienst die logistieke en verpakkingsondersteuning biedt aan bedrijven die op zoek zijn naar sociale en milieuvriendelijke diensten).

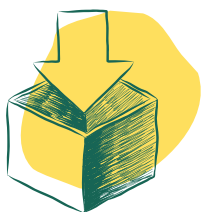
Tabel 1. Lijst van sociale ondernemingen in het DigiSocCirc-projectconsortium

Partners	Beschrijving
	Branchevereniging Kringloop Nederland (BKN) is een netwerkvereniging van 67 sociale ondernemingen met ongeveer 250 kringloopwinkels in Nederland. De vereniging staat voor een circulaire economie, een inclusieve samenleving en een professionele kringloopsector. In 2022 heeft het een webshop, OnlineKringlopen.nl opgezet, waar al hun leden gezamenlijk hun tweedehands items online kunnen verkopen. Het platform is ontworpen met een zeer lage drempel voor vaardigheden, zodat het toegankelijk is voor alle werknemers binnen de aangesloten organisaties.  BKN reuse operations case study (pages 9-11)  Using digital monitoring to develop a data-driven reuse sector
	Re-Use Deutschland e.V. is het Duitse overkoepelende merk voor samenwerking en gegarandeerde kwaliteit in levensduurverlenging van materialen via kringloop, reparatie en upcycling (upgrading van materialen) in tweedehandswinkels. Het is het label voor kringloop en reparatiefaciliteiten gericht op het algemeen belang en voor samenwerkende openbare recyclingcentra, fabrikanten en dealers. Het telt 16 leden en er loopt momenteel een project met diverse stakeholders voor het ontwikkelen van een app die elektronisch afval kan identificeren en beoordelen.  Re-Use Deutschland customer-facing services case study (pages 7-8)  An innovative e-app for reuse of electrical equipment made easy
	Kierrätyskeskus is een non-profitorganisatie die het verbruik van grondstoffen reduceert, het milieubewustzijn bevordert en werkgelegenheid biedt. Het centrum heeft 13 winkels in de metropoolregio van Helsinki en een nationale onlinewinkel. Het e-commerce bedrijf is 8 jaar actief en bevindt zich momenteel in de testfase voor verkoop via meerdere platforms om het bereik te vergroten en de klantervaring te verbeteren.  Kierrätyskeskus reuse operations case study (pages 6-8)  Social enterprise providing meaningful employment opportunities and digital skills

Tabel 1. Lijst van sociale ondernemingen in het DigiSocCirc-projectconsortium

Deelnemende partners	Beschrijving
	AERESS (Asociación Española de Recuperadores de Economía Social y Solidaria) is een non-profitorganisatie die bestaat uit een nationaal platform van sociale zekerheidsinstanties (verenigingen, stichtingen, coöperaties en arbeidseïntegratiebedrijven). Deze organisaties zetten zich in voor het verminderen, hergebruiken en recyclen van afval, met als doel sociale transformatie en bevordering van sociale arbeidsintegratie van mensen die risico lopen op sociale uitsluiting.
	Envie is de Franse nationale federatie van sociale inclusie-ondernemingen die gemarginaliseerde groepen helpen via arbeidsreïntegratie. De federatie is gespecialiseerd in het ophalen, repareren en verkopen van tweedehands elektrische en elektronische apparaten. Goederen worden tegen betaalbare prijzen verkocht aan huishoudens in het netwerk in Frankrijk.
	Emmaüs Europe is een federatie van Emmaüs-organisaties in 20 Europese landen. De Emmaüs-beweging wordt gedreven door solidariteit en komt op voor de meest kwetsbare groepen van de samenleving. De organisatie houdt zich bezig met het ophalen en de verkoop van tweedehands goederen en zorgt voor huisvesting en banen voor mensen die zijn uitgesloten door de maatschappij. Door al langer dan 70 jaar actief te zijn op het gebied van afvalinzameling is Emmaüs een sterke speler geworden voor afvalpreventie en afvalbeheer in Europa.

Digitale en sociale trends in re-use/kringloopactiviteiten



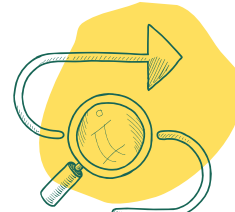
Inzamelen



Sorteren

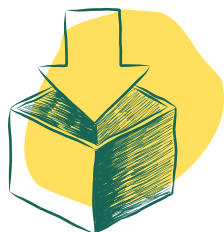


Logistiek



Traceerbaarheid

Digitale en sociale trends in kringloopactiviteiten gaan meestal over de verbetering en optimalisatie van de volgende processen: inzamelen, sorteren, logistiek en traceerbaarheid.



Inzamelen van kringloopitems

Bij kringloopactiviteiten kan inzamelen worden gedefinieerd als het proces van het verzamelen van herbruikbare items die, in de meeste gevallen, worden geschonken door burgers of organisaties. De inzameling van herbruikbare goederen verloopt in de regel via inbreng van spullen van inwoners bij de kringloopwinkels, huis-aan-huis ophalen van spullen, ophalen in straatcontainers of via inzamelpunten voor gemeentelijk afval.

Sociale ondernemingen in de circulaire economie organiseren de inzameling meestal door huis-aan-huis ophalen of via hun kringloopcentra, waar burgers hun items heenbrengen en doneren. De ophaaldienst aan huis verloopt of via een vast schema of op een ad-hoc basis, op aanvraag van de dienst.

In de afgelopen jaren hebben deze sociale ondernemingen online platforms geïmplementeerd, zoals apps, voor het regelen van ophaalafspraken aan huis.

Deze online tools zijn nuttig omdat ze helpen de informatie van deze afspraken te digitaliseren en deze te centraliseren op een gemeenschappelijk platform. Hierdoor kunnen de ophaalprocessen worden geoptimaliseerd, bijvoorbeeld door het efficiënter plannen van de routes. Via deze apps kan ook gecommuniceerd worden met donateurs als er een wijziging in het schema is als gevolg van onvoorziene omstandigheden.



Sociale ondernemingen hebben ook andere technologieën geïntegreerd, zoals het installeren van digitale sensoren in textielcontainers die detecteren hoe vol ze zijn, en waarmee de interne temperatuur en vochtigheid wordt bewaakt. Hierdoor kan de inzet van middelen worden geoptimaliseerd door deze bakken alleen te legen wanneer ze voldoende vol zijn en te garanderen dat de kwaliteit van het ophalen niet wordt beïnvloed door omgevingsomstandigheden.

Sociale ondernemingen hebben echter te maken met fundamentele uitdagingen bij het digitaliseren van hun ophaalprocessen zoals een laaggeschoold personeelsbestand, weerstand tegen het afwijken van de normale werkprocessen en aanzienlijke

extra kosten en concurrentie met marktpartijen. Hoe dan ook kan het gebrek aan vaardigheden van personeel door financieringsmogelijkheden worden aangepakt of via samenwerking met het bedrijfsleven voor het aanbieden van digitale training. Een voorbeeld is het project tussen AFF en Société Générale Global Solution Centre. Hierbij wordt aan medewerkers uit de doelgroep toegang geboden tot basis computercursussen en gespecialiseerde cursussen voor het ophalen, sorteren en demonteren van elektronische apparatuur⁵. Tot slot kunnen deze technologieën, ondanks hun initiële kosten, helpen bij het verbeteren van de efficiëntie in het ophaalproces, waardoor de kosten op andere gebieden kan worden geoptimaliseerd.

Volledige informatie over de inzameling van herbruikbare goederen kan worden gevonden in het eerdere rapport van bevindingen over de re-use operationele processen⁶.

⁵ RREUSE (2024) Findings and Evaluation Report #02. Digital and social trends in customer-facing services pp. 16. ([hier](#) toegankelijk).

⁶ RREUSE (2023) Findings and Evaluation Report #01. Digital and social trends in reuse operations. ([hier](#) beschikbaar).



Sorteren

Bij kringloopactiviteiten kan sorteren worden gedefinieerd als het categoriseren en organiseren van opgehaalde items op basis van hun type, kwaliteit of conditie. Het is belangrijk te bepalen welke items kunnen worden hergebruikt, voorbereid voor hergebruik of gerecycled.

Normaliter houden speciaal opgeleide medewerkers zich bezig met de sorteerprocessen in sociale ondernemingen met cruciale stappen zoals het beoordelen van de kenmerken van geschonken items en daarmee hun waarde en mogelijkheid voor hergebruik. Om de efficiëntie van dit proces te verbeteren, zijn sociale ondernemingen met digitale tools gaan werken om de sorteeractiviteiten van deze medewerkers te ondersteunen.

Google Lens is bijvoorbeeld gebruikt als tool voor het analyseren van foto's van geschonken items om het sorteerproces en de prijsbepaling efficiënter en objectiever te maken. Een belangrijke functie van Google Lens is het omgekeerd zoeken naar afbeeldingen, waarbij dezelfde of vergelijkbare items online gevonden worden op basis van een screenshot van een item. Zo kunnen kenmerken en de prijsstelling van het product worden geïdentificeerd voor een betere besluitvorming. Met deze tools kan personeel inzet worden vrijgemaakt en ingezet voor andere items die een genuanceerdere beoordeling vereisen (die nog niet kan worden vervangen door technologie).

Daarentegen blijft sociale werkgelegenheid de prioriteit van sociale ondernemingen, waardoor zij

voorzichtig zijn in het volledig overgaan naar deze digitale tools ten koste van menselijke banen. Het doel is om een goed evenwicht te vinden waarbij de tools er zijn om werknemers te helpen, of hen in staat te stellen te werken in verschillende soorten functies, in plaats van hen te vervangen. In de meeste sociale ondernemingen ontbreekt het ook aan de capaciteit om eigen tools te creëren en ontbreekt het aan toegang tot de uitgebreide datasets en speciale apparatuur die nodig zijn om deze tools te laten werken. Verder leidt het gebruik van deze tools ook tot een aanzienlijke investering in het trainen van het personeelsbestand, wat vaak de capaciteit van de sociale onderneming overstijgt.

Regionale of landelijke financiering kan helpen bij het verlichten van dit gebrek aan middelen en het ondersteunen van de ontwikkeling van deze AI-tools. Recycling Börsen, lid van Re-Use Deutschland, heeft bijvoorbeeld financiering gekregen van het Duitse Federale Ministerie van Economische Zaken voor het ontwikkelen van een app die het hergebruikpotentieel van kleine elektrische apparaten kan identificeren en de mogelijke tweedehandsprijs kan bepalen⁷. Er wordt verwacht dat dit de nauwkeurigheid van de processen van het sorteren en de prijsstelling kan verbeteren.

Volledige informatie over het sorteren van kringloopitems kan worden gevonden in het eerdere rapport van bevindingen over de re-use operationele processen⁸.

⁷ RREUSE (2024) Case studies on skill sets and social impact 02. Digital and social trends in customer-facing services pp. 7. ([hier](#) beschikbaar).

⁸ RREUSE (2023) Findings and Evaluation Report #01. Digital and social trends in reuse operations. ([hier](#) beschikbaar).



Logistiek

Bij kringloopactiviteiten kan logistiek worden gedefinieerd als de het verplaatsen en de opslag van kringloopgoederen. Dit omvat vervoer, opslag en distributie om te garanderen dat items beschikbaar zijn waar en wanneer dat nodig is.

De logistieke kringloopketen in sociale ondernemingen heeft meestal betrekking op het ophalen, de opslag en het verzenden van producten. Dit geldt voor de fysieke winkels waar de producten worden verkocht, of voor de klanten die deze goederen in de online winkel hebben gekocht.

Sociale ondernemingen hebben gezocht naar het verbeteren van logistieke efficiëntie door het digitaliseren van verschillende aspecten van de logistieke keten. Sommige sociale ondernemingen hebben automatisering in hun magazijnen geïntroduceerd. Kierrätyskeskus heeft bijvoorbeeld het geautomatiseerde opslagsysteem Tornado geïmplementeerd. Dit optimaliseert de opslagruimte door het compact opslaan van items⁹. Het systeem kan ook nauwkeurig een specifiek verkocht item selecteren uit alle opgeslagen goederen en deze voor bezorging verzenden.

Andere sociale ondernemingen hebben ook digitale tools geïmplementeerd om verschillende aspecten van hun bedrijf en logistieke processen te managen. Dit omvat personeelszaken, beheer van de toeleveringsketen en de verkoop, waardoor ze een overzicht van hun kringloopactiviteiten hebben, en precies weten welke items binnenkomen, wat er is verkocht, tegen welke prijs en wanneer. Humana Nova heeft bijvoorbeeld een planningstool voor

bedrijfsmiddelen geïmplementeerd voor het bewaken van verschillende bedrijfsprocessen, inclusief de hoeveelheid opgehaald en hergebruikt textiel, voorraad van grondstoffen, productieleveringen en eindproducten voor verkoop¹⁰. Hierdoor zijn een betere documentatie en coördinatie in de logistieke keten, betere transparantie tussen de verschillende afdelingen en een verbeterde besluitvorming mogelijk.

De digitalisering van de logistieke keten kan echter een uitdaging zijn voor sociale ondernemingen. Ze hebben bijvoorbeeld te maken met een enorme concurrentie van commerciële bedrijven, die een standaard hebben ingesteld voor snelle leveringen. Klanten zien dit nu als de norm. Terwijl dit niet altijd haalbaar is, of te doen is op een milieuvriendelijke manier. Bovendien hebben sociale ondernemingen niet de middelen om alle aspecten van hun logistiek te centraliseren en te coördineren met behulp van digitale tools, hetgeen implementeren lastig maakt.

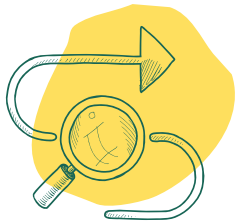
Ondanks deze obstakels biedt de digitalisering van logistiek deze sociale ondernemingen de mogelijkheid hun bedrijfsstrategie te verfijnen door de middenstroom in de logistieke keten te bewaken en data-gestuurde beslissingen te nemen om hun kringloopproces te verbeteren.

Volledige informatie over de logistiek van kringloopitems kan worden gevonden in het eerdere rapport van bevindingen over de re-use operationele processen¹¹.

⁹ RREUSE (2024) Findings and Evaluation Report #02. Digital and social trends in customer-facing services pp. 6. ([hier](#) beschikbaar).

¹⁰ RREUSE (2023) Findings and Evaluation Report #01. Digital and social trends in reuse operations pp. 10. ([hier](#) beschikbaar).

¹¹ RREUSE (2023) Findings and Evaluation Report #01. Digital and social trends in reuse operations. ([hier](#) beschikbaar).



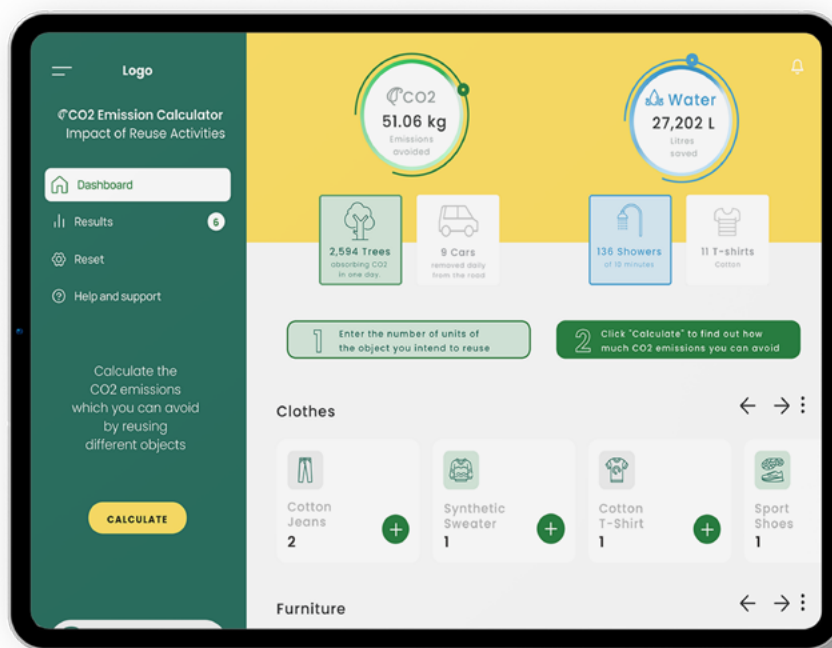
Traceerbaarheid

In kringloopactiviteiten kan traceerbaarheid worden gedefinieerd als de mogelijkheid om de oorsprong, geschiedenis en levenscyclus van kringloopgoederen te traceren. Het behelst het bijhouden waar goederen vandaan komen, hun conditie en de processen die doorlopen zijn om de goederen voor te bereiden op hergebruik en de bestemming na het hergebruik of voorbereiding op hergebruik.

Sociale ondernemingen hebben traceerbaarheidssystemen geïmplementeerd om een duidelijk overzicht te krijgen van hun activiteiten en waardevolle gegevens te verzamelen over de materialen die ze behandelen en de werknemers die worden ingezet. Met de via dergelijke systemen verzamelde informatie kunnen ze de milieu en sociale impact van hun werk communiceren aan hun partners, zoals overheden en aan hun klanten.

Hiervoor hebben sommige sociale ondernemingen digitale rekentools geïmplementeerd die de impact

van kringloopactiviteiten op een eenvoudige en zichtbaar aantrekkelijke manier delen. Een voorbeeld hiervan is de sociale en CO₂ rekentool ontwikkeld door AERESS (Spaans netwerk van sociale ondernemingen die actief zijn in de circulaire economie)¹². De CO₂ rekentool berekent de hoeveelheid voorkomen CO₂ uitstoot en de liters water die bespaard zijn door het hergebruik van een specifiek product. Dit illustreert het belang van afvalpreventie en het in dienst nemen van personen met verschillende sociaaleconomische achtergronden.



¹² RREUSE (2023) Findings and Evaluation Report #01. Digital and social trends in reuse operations pp. 12. ([hier](#) beschikbaar).

Introductie van traceerbaarheid van de activiteiten van sociale ondernemingen brengt extra kosten en ook enkele uitdagingen met zich mee. In veel landen en regio's in Europa is niet duidelijk welke stakeholdergroep verantwoordelijk is voor het verzamelen van deze data en wie dit moet financieren. Sociale ondernemingen verzamelen vaak op eigen initiatief en voor eigen rekening gegevens ondanks dat dergelijke gegevens relevant zijn voor de EU en voor nationale sociale en circulaire indicatoren of doelstellingen. Ook zijn er verschillende standaarden tussen de lidstaten, wat de implementatie van een uniform traceerbaarheidssysteem nog moeilijker maakt.

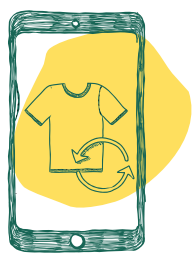
Als deze obstakels echter kunnen worden overwonnen, brengt traceerbaarheid diverse voordelen met zich mee, waaronder het benadrukken van de impact en geloofwaardigheid

van deze sociale ondernemingen, het verzamelen van waardevolle gegevens, het bevorderen van duurzame koopgewoonten bij klanten en het faciliteren van samenwerking met productiemarken voor een betere producttransparantie.

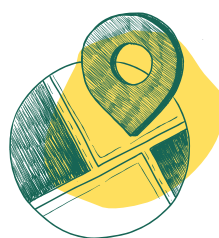
Op Europees niveau heeft de toekomstige introductie van het Digital Product Passport¹³ (DPP, digitaal product paspoort) het potentieel om de traceerbaarheid van goederen tijdens de ophaal- en sorteerprocessen te faciliteren, waardoor hergebruik wordt bevorderd. Het is daarom van vitaal belang dat DPP wordt ontworpen met de kringloopsector in gedachten en niet alleen de recycling sector¹⁴. Daarbij moet het ook op de producten zelf beschikbaar worden gemaakt en niet alleen op hun verpakking, voor het verbeteren van de transparantie over de circulaire en sociale impact¹⁵.

Volledige informatie over de traceerbaarheid van kringloopitems kan worden gevonden in het eerdere rapport van bevindingen over de re-use operationele processen¹⁶.

Digitale en sociale trends in klantgerichte kringloopprocessen



Tweedehands
e-commerce



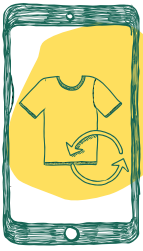
Kaarten en
locator apps

¹³ European Commission - Ecodesign for Sustainable Products Regulation. ([hier](#) meer informatie).

¹⁴ Joint Position paper (2023) Joint Position of European Environmental Organisations on the Revision of the Directive on Waste from Electrical and Electronic Equipment. ([hier](#) beschikbaar).

¹⁵ RREUSE (2022) Targeted stakeholder consultation based on the Staff Working Document "Scenarios towards co-creation of a transition pathway for a more resilient, sustainable and digital textiles ecosystem". ([hier](#) beschikbaar).

¹⁶ RREUSE (2023) Findings and Evaluation Report #01. Digital and social trends in re-use operations. ([hier](#) beschikbaar).



Tweedehands e-commerce

E-commerce is het kopen en verkopen van goederen en diensten via het internet.

Steeds meer sociale ondernemingen die actief zijn in de kringloopsector starten met online verkoop van tweedehands goederen als onderdeel van hun bedrijfsmodel. Dit doen ze om zich aan te passen aan het zich ontwikkelende gedrag van klanten, om een bredere geografische doelgroep te bereiken en voor het diversifiëren van inkomensstromen.

Dit gezegd hebbende, is de online verkoop van tweedehandsproducten aanzienlijk moeilijker dan het verkopen van nieuwe producten aangezien ieder individueel product uniek is en apart moet worden geüpload. Dit betekent ook dat sommige sociale ondernemingen ervoor kiezen alleen items online te verkopen waarvan de prijzen boven een bepaalde prijsdrempel liggen. Om deze reden is het belangrijk voor sociale bedrijven om continu voldoende hoeveelheden kwalitatief hoogwaardige inbreng van goederen van inwoners te ontvangen ten behoeve van de duurzaamheid op lange termijn. Ze zijn namelijk de enige partijen op de markt die lokaal hergebruik als prioriteit hebben en streven naar zo hoog mogelijk hergebruik op de R-ladder/niveaus van circulariteit¹⁷.

Sociale ondernemingen hebben online e-commerce platforms ontwikkeld die gebruikersvriendelijk en visueel zichtbaar zijn. Ze implementeren digitale tools om hun producten op een effectieve manier bij online klanten onder de aandacht te brengen,

zoals zoekmachine-optimalisatie¹⁸ (seo: search engine optimisation) en reclame op zoekmachines¹⁹ (sea: search engine advertising). Ze streven naar transparantie door het de oorsprong van en het product te beschrijven, omdat deze tweedehands of geüpicycled zijn. Dit maakt voor de klant ook de impact inzichtelijk en informeert hen over het belang van het doen van duurzame aankopen. Om bovendien beter met grotere commerciële partijen te kunnen concurreren, streven deze sociale ondernemingen er ook naar om aan de verwachtingen in de markt voor e-commerce te voldoen door het leveren van productafbeeldingen van hoge kwaliteit, door effectieve klantcommunicatie en door een brede selectie van producten aan te bieden.



¹⁷ Zie principe 4 of RREUSE Guiding Principles on textiles collection and management. ([hier](#) beschikbaar).

¹⁸ De verbetering van iemands website om deze beter af te stemmen op het algoritme van zoekmachines.

¹⁹ Een vorm van online adverteren waarbij bedrijven betalen om hun advertenties hoog in de zoekresultaten te laten weergegeven.

Veel sociale ondernemingen in de kringloopsector hebben echter nog te maken met uitdagingen bij het ontwikkelen en gebruik van e-commerce. Ze hebben voornamelijk te maken met unieke items en deze online plaatsen is tijdrovend. Sommige sociale ondernemingen ontvangen ook beperkte producten van goede kwaliteit, die ze allemaal al kunnen verkopen in hun fysieke winkels. Dit maakt het moeilijk om het investeren in het ontwikkelen en draaiend houden van een online shop te rechtvaardigen, laat staan te concurreren met commerciële e-commerce bedrijven.

Het is overbodig om te zeggen dat het een ambitie is deze uitdagingen te overwinnen en dat er een mentaliteitsverandering nodig is om de verkoop via e-commerce voor sociale ondernemingen te laten floreren. Specifiek moet e-commerce

"Sociale bedrijven moeten vandaag nog gaan werken met e-commerce en niet morgen."

- Re-Use Austria vertegenwoordiger

worden erkend als een noodzaak om merkimago/bekendheid te versterken, de zakelijke verkoop te laten groeien en om aan de huidige trends binnen de detailhandel aan te passen.

Gelukkig kunnen de bovengenoemde hindernissen gemakkelijker worden overwonnen als deze sociale ondernemingen in de kringloopsector de krachten bundelen en een gemeenschappelijke marktplaats ontwikkelen, bijvoorbeeld op regionaal of nationaal niveau. Dit kan de e-commercemarkt van kringlooporganisaties bevorderen middels de verkoop van een grotere selectie aan producten en een breder klantenbestand.

Sociale ondernemingen in de kringloopbranche hebben vaak een lokaal of nationaal lidmaatschap van een overkoepelende organisatie, wat een alliantie of vereniging is die deze sociale ondernemingen met elkaar verbindt en met verschillende stakeholders hun collectieve impact versterkt. Deze organisaties

bieden ook een platform voor samenwerking, het delen van middelen, belangenbehartiging en ondersteuning. Dergelijke organisaties kunnen helpen bij het overwinnen van de uitdagingen bij het ontwikkelen van e-commerce door te helpen bij het faciliteren van de capaciteitsvergroting van hun leden. Dit kan worden uitgevoerd door het bieden van training, regelmatige monitoring en via bijeenkomsten om best practices te delen.

Deze sociale ondernemingen kunnen hun sociale mediakanalen inzetten en sociale media-advertenties²⁰ gebruiken voor het informeren van hun klanten over hun producten en de mensen erachter, waardoor hun winkelervaring een sociaal verantwoord en menselijk tintje krijgt. Ze kunnen ook hun online verkoop een stimulans geven door gebruik te maken van influencers die hun waarden delen en gekleed gaan in de outfits van hun platform. Deze laatstgenoemde strategie, met succes toegepast door Humana Nova²¹, heeft een positieve invloed gehad op hun online verkoop. Deze ondernemingen kunnen ook bestaande kwaliteitslabels²² gebruiken om hun circulaire en sociale impact te tonen om henzelf verder te onderscheiden van commerciële concurrenten.

Het gebruikmaken van bestaande reguliere doorverkoopkanalen is een andere manier waarmee sociale ondernemingen hun e-commerce kunnen ontwikkelen zonder hun eigen platform te hoeven ontwikkelen. Er zijn een aantal sociale ondernemingen die bestaande online verkoopplatforms gebruiken, zoals eBay, Facebook, Marktplaats (NL) of speciale platforms voor specifieke categorieën producten om hun tweedehands producten te verkopen.

Ten slotte kan het gebruik van AI-technologie werkprocessen in e-commerce stroomlijnen en optimaliseren. Re-Use Austria gebruikt bijvoorbeeld AI-ondersteunde herkenning van afbeeldingen, die integreert met Open AI-tools voor het registreren en uploaden van producten op hun online marktplaats. Zo worden er gegevens gegenereerd op basis van bestaande Open AI-databases in plaats van dat er vanuit het niets een database opgebouwd moet worden. Dit helpt tijd te besparen en de kwaliteit van gegevens te verbeteren.

²⁰ Een vorm van digitale reclame die betaalde advertenties levert aan een doelgroep op sociale mediaplatforms.

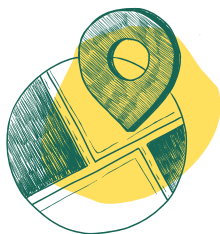
²¹ Social media campagne van Humana Nova met een influencer in Kroatië.

²² Een aantal RREUSE leden hebben hun eigen kwaliteitsstandaardsystemen geïntroduceerd, waaronder de Solid'R en electroREV labels van RESSOURCES (België), het gelijknamige label van FairWertung (Duitsland) en het Keurmerk Kringloop Nederland van BKN (Nederland).

Bovendien zijn AI-tools ook gebruikersvriendelijker en verlagen ze de vereiste vaardigheidsbarrière, waardoor inclusie van de medewerkers in hun digitaliseringproces mogelijk wordt gemaakt. Bijvoorbeeld, AI-tools in BKN's webshop²³ maken het mogelijk voor de werknemers van de leden, die

geen digitale vaardigheden hebben, toch producten te uploaden en het platform te gebruiken.

Volledige informatie over tweedehands e-commerce kan worden gevonden in het eerdere rapport van bevindingen over klantgerichte diensten²⁴.



Kaarten en locator apps

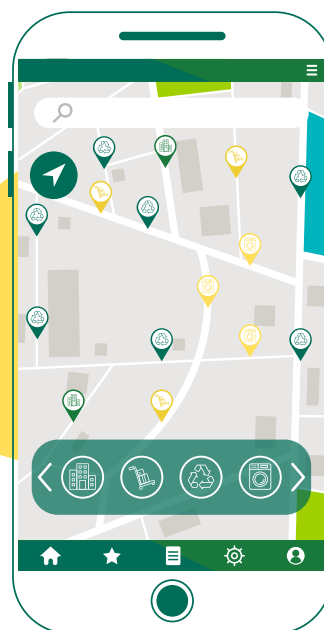
Digitale kaarten zijn interactieve digitale weerspiegelingen van geografische gebieden die worden gebruikt voor het lokaliseren van tweedehandswinkels en donatiepunten van sociale ondernemingen. Deze kaarten kunnen worden geopend via verschillende digitale platforms, inclusief webbrowsers en mobiele apps.

Locator apps zijn softwaretoepassingen die zijn ontworpen voor het bepalen en delen van realtime geografische locaties voor het bieden van nauwkeurige en up-to-date informatie aan de gebruikers over de specifieke locaties van de diensten die worden geleverd door sociale ondernemingen.

De projectpartners omarmen steeds vaker het gebruik van digitale kaarten en locator-apps. Deze bieden namelijk verschillende voordelen, zoals het informeren van klanten over winkellocaties en donatieplekken. Ook faciliteren ze samenwerkingen tussen sociale ondernemingen en de commerciële en/of openbare sector en bieden de mogelijkheid deze samenwerkingen op te schalen op regionaal, nationaal en lokaal niveau. Toch worden locator apps, die meer ontwikkeling en hogere investeringskosten vereisen, minder vaak gebruikt.

Om snel een online aanwezigheid op te bouwen, vinden sociale ondernemingen het nuttig hun tweedehandswinkels op Google Maps te zetten en vaak gebruikte sleutelwoorden (bijv. "tweedehands" of "geüpicycled") te gebruiken, zodat hun winkels vaker verschijnen in de zoekmachine. Sommige organisaties hebben zelfs een unieke kaart van hun winkels of faciliteiten gecreëerd, zoals Humana Nova en ENVIE²⁵. Door het hebben van exclusieve kaarten

krijgen specifieke sites van sociale ondernemingen meer nadruk voor gebruikers. Daardoor wordt de concurrentie verminderd, vergeleken met een algemene zoekopdracht waarbij de winkel naast commerciële tweedehands winkels wordt getoond.



²³ <https://OnlineKringlopen.nl>

²⁴ RREUSE (2024) Findings and Evaluation Report #02. Digital and social trends in customer-facing services. ([hier](#) beschikbaar).

²⁵ Zie Humana Nova's [kaart](#) en ENVIE's [kaart](#).

Om de betrokkenheid van gebruikers te versterken, zoeken deze sociale ondernemingen naar het bieden van up-to-date en nauwkeurige informatie in hun kaarten terwijl ze ook uitgebreide data leveren. De kaart²⁶ van de donatielocatie van Re-Use Austria, die regelmatig wordt bijgewerkt, heeft bijvoorbeeld 1498 locaties in Oostenrijk voor gebruikers die zo een geschikte plek bij hen in de buurt kunnen vinden om spullen te doneren. In FairWertung's kaart²⁷ kunnen gebruikers de status van het ophaalpunt melden en een e-mailadres opgeven voor het opvolgen. Naast het geven van basisinformatie zoals contactgegevens en adressen op de kaart, bieden deze sociale ondernemingen andere informatie zoals de productstromen die ze behandelen, aangeboden diensten en kwaliteitsnormen om gebruikers en mogelijke samenwerkingspartners te helpen om te beslissen met wie ze in zee willen gaan.

Bovendien koppelen ze hun kaarten aan zoekmachines om hun zichtbaarheid op locatie-gebaseerde zoekopdrachten voor duurzame producten te verbeteren. Ze promoten ook hun kaarten via sociale media, websites en mond-aan-mondreclame, om hun bereik te vergroten en klanten aan te moedigen over te schakelen van het exclusief bezoeken van fysieke winkels naar het ook gebruiken van hun online kaarten en webshops.

Ondanks de vele voordelen die deze kaarten bieden, blijven er sommige belemmeringen bestaan wat betreft toegang tot financieringsmogelijkheden, met name subsidiëring die is gericht op de lange termijn beschikbaarheid van de kaart na de implementatiefase en een gebrek aan interne capaciteit om de tool te onderhouden en bij te

werken. Verder kan het brede aanbod van digitale kaarten dat momenteel beschikbaar is de groep van online gebruikers die de specifieke kaart gebruiken verkleinen.

Digitale kaarten kunnen echter veel mogelijkheden bieden als deze problemen kunnen worden overwonnen. Deze kaarten kunnen bijvoorbeeld worden gebruikt voor nog uitgebreidere informatie voor gebruikers, zoals oproepen voor donaties van specifieke voorwerpen gedurende het jaar of over de soorten ingezamelde producten/materialen en het introduceren van logistiek gemak voor mogelijke donoren. Dit kan ook de kansen vergroten dat particuliere bedrijven of klanten hen inschakelen. Tegelijkertijd kunnen digitale kaarten de activiteiten van sociale ondernemingen bevorderen en gebruikers richting hun fysieke en online winkels sturen om de algehele verkoop te vergroten. Deze kaarten, zoals de kaart met leden van het RREUSE-netwerk²⁸, illustreren ook het bereik en de impact van deze sociale ondernemingen op EU-instanties, nationale en lokale beleidsmakers, die kunnen helpen om te werken aan een gunstiger beleidsklimaat.

Net zoals bij tweedehands e-commerce platforms, kunnen ondernemingen die net beginnen met digitale kaarten leren van anderen die met succes hun kaarten hebben gelanceerd, waardoor het niet nodig is het wiel opnieuw uit te vinden en hen veel werk bespaard wordt. Internationale samenwerking, zoals de samenwerking van Re-Use Austria's met Emmaüs France's onlinewinkel (Label Emmaüs), voor het ontwikkelen van hun online marktplaats (WIDADO), kan regionale en nationale samenwerking bevorderen en het delen van kennis en ontwikkelen van gezamenlijke oplossingen²⁹.

*Volledige informatie over kaarten en locator apps kan worden gevonden in het eerdere rapport van bevindingen over klantgerichte diensten*³⁰.

²⁶ Zie Re-use Austria's [kaart](#).

²⁷ Zie FairWertung's [kaart](#).

²⁸ RREUSE (2024) Findings and Evaluation Report #02. Digital and social trends in customer-facing services pp. 13. ([hier](#) beschikbaar).

²⁹ RREUSE (2024) Findings and Evaluation Report #02. Digital and social trends in customer-facing services pp. 14. ([hier](#) beschikbaar).

³⁰ RREUSE (2024) Findings and Evaluation Report #02. Digital and social trends in customer-facing services. ([hier](#) beschikbaar).

Een routekaart voor sociale en circulaire ondernemingen om digitale tools te omarmen

Het DigiSocCirc-project creëerde een zeer nodige ruimte voor sociale ondernemingen in Europa om samen te komen en hun ervaringen te delen, en het creëert momentum om het onderwerp digitalisering hoog op de agenda te houden. Om dit momentum in het RREUSE-netwerk te behouden en om digitaliseringsactiviteiten in de kringloopsector op te schalen, identificeerde het consortium de volgende bouwstenen in een routekaart voor het omarmen van digitale tools die kunnen worden toegepast voor elke groep stakeholders.

Opschalen van digitalisering door sociale ondernemingen

Op organisatorisch niveau zou je kunnen zeggen dat het digitaliseringsproces bestaat uit verschillende te onderscheiden stadia, zoals het fasemodel in e-commerce ontwikkeld door Re-Use Austria (zie afbeelding 1). In het begin zijn er beperkte digitaliseringsinitiatieven met minimale impact op reguliere bedrijfsonderdelen. Dit wordt gevolgd door een intensivering van activiteiten om te stroomlijnen en de digitale transformatie

op te schalen, wat ook grensoverschrijdende samenwerking en kennisuitwisseling met andere organisaties inhoudt. Uiteindelijk bereikt de organisatie uitgebreide digitalisering die een grote invloed heeft op de algehele bedrijfsvoering. Binnen de context van e-commerce kan dit de ontwikkeling van een gezamenlijke Europese marktplaats en online bedrijfsonderdelen omvatten, die de ontwikkeling van kringloopactiviteiten in sociale ondernemingen aanstuurt.



"Het uitbreiden van online platforms is een meer toekomstgerichte aanpak van onze bedrijfsmodellen dan alleen vertrouwen op fysieke kringloopwinkels. Online platforms bieden capaciteit, toegankelijkheid en een bereik die nooit mogelijk zou zijn geweest met reguliere winkels. Dit helpt bij het maken van een aanzienlijke sprong in het leveren van regionale tweedehandsproducten aan onze klanten."

- vertegenwoordiger van Re-Use Austria

Afbeelding 1. Fasemodel van kringlooporganisaties in e-commerce



Opschalen via grensoverschrijdende samenwerking bij digitalisering

Het overschakelen naar een breder perspectief dan de organisatie, grensoverschrijdend leren en het delen van innovatieve werkwijzen is essentieel voor de digitalisering van sociale ondernemingen. Hierdoor kunnen sociale ondernemingen synergie bereiken met hun inspanningen en hun expertise combineren, waardoor hun capaciteit om te sneller te digitaliseren dan wanneer zij dit op eigen kracht doen.

Het projectconsortium en RREUSE-leden hebben de volgende bouwstenen voorgesteld voor grensoverschrijdende samenwerking:



Strategische discussie

Om een gezamenlijke richting met een gedeelde visie te garanderen voor de sector, is het belangrijk op strategisch niveau te opereren: er moet worden gepraat over de huidige richting van de sector, de toekomstige ontwikkeling gegeven markt- en technologische ontwikkelingen en werken aan een mogelijke harmonisatie van oplossingen. Deze besprekingen kunnen worden gecoördineerd op hoger Europees of nationaal niveau zoals via RREUSE, met de managers of belangrijkste vertegenwoordigers van de organisaties.

Deze strategische besprekingen zouden ook een stimulerend platform voor continue feedback en iteratie opleveren, wat cruciaal is, gezien de constante ontwikkelingen op het gebied van technologie en het veranderende regionale, nationale en lokale landschap van de kringloopsector. Dergelijke discussies zijn essentieel om de algehele strategie af te stemmen en ervoor te zorgen dat het kan worden aangepast aan de diverse contexten van de betrokken stakeholders.

Technische uitwisselingen en diepgaand leren

Ten tweede zijn regelmatige, gestructureerde groepsgewijze uitwisselingen over specifieke technische en praktische thema's nodig om voor elke organisatie bouwstenen van informatie te bieden die in de eigen context kunnen worden gebruikt. Deze onderwerpen kunnen zeer concreet zijn, zoals het gebruik van AI-tools voor het sorteren van textiel, digitale marketingstrategieën, het opzetten van een e-commerce platform etc.

Dergelijke groepsdiscussies maken diepgaand leren mogelijk en stimuleren sterke relaties tussen de groepsleden. Terwijl deze uitwisselingen kunnen worden gecoördineerd door een hogere structuur zoals RREUSE, bieden ze ook mogelijkheden voor organisaties om het voortouw te nemen wat betreft specifieke onderwerpen binnen hun eigen expertisegebied. Dit creëert niet alleen een sterker

eigenaarschap bij de organisaties, maar garandeert ook dat de bespreking op een manier wordt gehouden die het meest relevant is voor de mensen die de activiteiten implementeren. De technische sessies zouden idealiter moeten zijn gericht op de personen die direct betrokken zijn bij de activiteiten van kringloopcentra. Om te garanderen dat deze besprekingen op de meest relevante onderwerpen betrekking hebben, kan een enquête worden uitgevoerd om deze thema's te identificeren.

"Het horen van andere deelnemers in de workshop leverde nieuwe ideeën op voor onze eigen kringloopactiviteiten, naast inzicht in gezamenlijke verbeteringen en nieuwe initiatieven."

- Deelnemer aan een DigiSocCirc-workshop

Daarnaast is een buddy-systeem geopperd, waarbij minder ervaren leden een bepaalde periode worden gekoppeld aan doorgewinterde leden voor het inwinnen van advies en ervaringen, als een goede werkwijze voor grensoverschrijdende samenwerking. Deze koppeling kan vrijwillig, geformaliseerd via een contract en/of gefinancierd via specifieke projectfinanciering plaatsvinden. De projectpartners Re-Use Austria en AERESS hebben bijvoorbeeld samengewerkt in een project dat was gebaseerd op financiering die was gegeven in Spanje, waar ze samen hebben gewerkt op het thema e-commerce. Re-Use Austria is ook verbonden met een andere projectpartner, Kierrätyskeskus, en zij hebben elkaar ontmoet in Finland voor het uitwisselen van hun gezamenlijke digitaliseringservaringen en van elkaar geleerd wat goed werkte en wat niet. Na afloop benadrukte Re-Use Austria het belang van een fysiek bezoek, inclusief een bezoek aan het magazijn van de andere organisatie, voor een uitgebreidere bespreking en beter begrip van hoe het systeem werkt.

Hoewel elke onderneming uniek is en oplossingen vaak niet exact kunnen worden toegepast in een ander land, is het zeer waardevol verschillende perspectieven en oplossingen te volgen die in een aangepaste vorm of in een later stadium van digitalisering relevant kunnen zijn.

Sociale ondernemingen kunnen ook inspiratie opdoen van de projectpartner BKN, die de Academie Kringloop Nederland in het leven heeft geroepen om het personeelsbestand van de aangesloten organisaties o.a. digitale vaardigheden bij te brengen, als onderdeel van de implementatie van een gemeenschappelijke online marktplaats. Dit omvat de distributie van instructievideo's en de organisatie van online trainingen voor de medewerkers van hun leden. Dergelijke processen kunnen worden toegepast op alle niveaus binnen de organisatie, waar aangesloten organisaties naadloos ervaringen met elkaar delen. Ook kan kennisdeling worden gestimuleerd via een online platform zoals Google Drive of Dropbox.

Grensoverschrijdende projecten

Financiering is vereist voor internationale samenwerking om momentum te krijgen en op lange termijn duurzaam te zijn. Dit kan plaatsvinden via grensoverschrijdende projecten die worden gefinancierd op lokaal, nationaal of EU-niveau.

Sommige sociale ondernemingen zijn betrokken bij EU-projecten die de ontwikkeling van hun e-commerce op nationaal niveau ondersteunen. Kierrätyskeskus had bijvoorbeeld een project dat werd gefinancierd door het Europees Sociaal Fonds (ESF), waarin digitale vaardigheden en kennis op het gebied van circulariteit actief werden onderwezen aan doelgroepmedewerkers. Dergelijke projecten kunnen worden uitgebreid op internationale schaal om een effectieve impact te hebben op sociale ondernemingen in Europa en een actievere regionale deelname aan digitaliseringsinspanningen op gang te brengen. Deze acties bieden financiering voor initieel onderzoek en mogelijke pilotstudies en verdere exploratie en implementatie van digitaliseringsinitiatieven op bredere geografische schaal, iets wat anders niet mogelijk zou zijn.

Het is dus belangrijk dat sociale ondernemingen routinematig informatie uitwisselen over financierings- en subsidiemogelijkheden en samenwerken bij relevante projectapplicaties als consortium. Deze aanpak bevordert niet alleen een internationale samenwerking, maar verdeelt ook de verantwoordelijkheden van het project over het consortium, waardoor elke sociale onderneming deze projecten op zinvolle wijze kan nastreven en terwijl ze tegelijkertijd hun reguliere activiteiten uitvoeren.



Tabel 2. Bouwstenen voor internationale benaderingen voor digitalisering

	 Strategische besprekingen	 Technische uitwisselingen en diepgaand leren	 Internationale projecten
Doelstelling 	Het garanderen van een gemeenschappelijk traject van de sector en de strategische ontwikkeling ervan	Het garanderen van de uitwisseling van concrete en gedetailleerde kennis onder uitvoerenden	Het garanderen van financiering en langere termijn duurzaamheid van digitaliserings-inspanningen
Tools 	● Persoonlijke bijeenkomsten ● Online bijeenkomsten ● Samenwerking op het gebied van belangenbehartiging	● Webinars voor het presenteren van voorbeelden van best practices ● Diepgaande en specifieke technische besprekingen ● Enquêtes ● Individuele interacties ● Buddysysteem	● EU-projecten ● Niet EU-gefinancierde projecten, inclusief degenen die zijn gefinancierd door liefdadigheidsinstellingen ● Samenwerkingen met private of publieke partners
	 Overkoepelende activiteiten		
	● Het bijwonen van netwerkevenementen zoals workshops en conferenties ● Het zoeken naar samenwerkingen buiten de sector van sociale ondernemingen (particuliere ondernemingen, publieke sector, technologieleveranciers, onderzoeksinstituten, enz.)		

Voor alle niveaus van samenwerking hebben deze partners ook tools geïdentificeerd die kunnen worden gebruikt voor het faciliteren van uitwisseling over digitalisering:

● **Nieuwsbrieven** en **websitepublicaties** die actuele ontwikkelingen in digitaliseringsinitiatieven belichten.

● **Enquêtes** die organisaties in staat stellen om interesse in specifieke onderwerpen te benoemen en voorbeelden met betrekking tot digitalisering. Vervolgens kunnen de enquêteresultaten met iedereen worden gedeeld.

● **Een online platform** voor het delen van kennis en bronnen (bijv. trainingen met PowerPoint slides, webinar opnames enz.).

● **Webinars** waarbij professionals hun projectplatforms tonen, zoals het Innovation Forum georganiseerd door RREUSE voor haar leden. Deze zijn nuttig voor leden om hun succesverhalen of innovaties te delen die andere leden kunnen inspireren. De contactgegevens van presentatoren en deelnemers aan deze evenementen worden beschikbaar gesteld zodat geïnteresseerde partijen later contact met elkaar kunnen opnemen. Deze evenementen kunnen ook worden geregistreerd en gedeeld.

In algemene zin hadden het projectconsortium en de andere RREUSE-leden het gevoel dat er een combinatie van benaderingen voor grensoverschrijdende samenwerking moet zijn. In de eerste plaats moeten het netwerk en de ledenorganisaties – hoewel de strategie primair wordt geleid door een hogere structuur, zoals een netwerk – activiteiten in diverse gremia organiseren en leiden. Het netwerk kan bijvoorbeeld een platform voor ledenorganisaties en vergelijkbare sociale ondernemingen bieden om samen te komen via haar activiteiten en communicatiekanalen, reguliere workshops en forums houden voor discussie tussen leden, en nuttige contacten en kennis van financieringsmogelijkheden delen. Aan de andere kant kunnen ledenorganisaties de vorming van focusgroepen leiden, regelmatig

gestructureerde uitwisselingen binnen deze groepen organiseren en directe samenwerkingen starten met een of meer andere sociale ondernemingen. Deze samenwerkingen kunnen worden ontwikkeld via gezamenlijk gefinancierde projecten.

Ook kan een variëteit aan methoden worden geïmplementeerd, van online en persoonlijke bijeenkomsten tot forums, webinars of ronde tafel besprekingen, afhankelijk van het doel van de bijeenkomst. Ze kunnen worden vergezeld van asynchrone communicatie zoals enquêtes of e-mails binnen een netwerkorganisatie, die communicatie van verschillende leden op hun eigen tijdstip kan faciliteren omdat dit niet op hetzelfde moment hoeft te gebeuren.

Beleidsaanbevelingen

Deze paragraaf biedt aanbevelingen voor beleidsinterventies om de digitalisering van sociale ondernemingen te ondersteunen. De aanbevelingen richten zich op EU- en nationale instellingen.

1

Financier maatregelen voor het digitaliseren van de sociale economie.

Programma's zoals EU Cohesion Policy, Horizon Europe, en National Recovery and Resilience Plans op nationaal niveau³¹ moeten zorg dragen voor de ontwikkeling van technologische tools om van kringlooporganisaties te ondersteunen in de sociale economie. Deze aanbevelingen zijn ook in overeenstemming met de 2023 Council Recommendation met betrekking tot de ontwikkeling van een sociale economie condities kader. Het beleid ten aanzien van de sociale economie moet afgestemd worden op de digitale en circulaire transitie (punt 8(b)) en het is van belang dat deze organisaties in de sociale economie helpen zo goed mogelijk gebruik te maken van nieuwe technologieën (punt 17(d))³². Om de effectiviteit van de financiering te maximaliseren en rekening te houden met de beperkte capaciteit van de sociale ondernemingen om zich tegelijkertijd aan te melden voor meerdere projecten, moet het uitrollen van de oproepen voor aanvragen idealiter binnen voldoende tijdsafstand van elkaar worden gepubliceerd.

³¹ Om in aanmerking te komen voor steun in het kader van de Recovery and Resilience Facility moeten de lidstaten in hun plannen ten minste 37% van hun begroting toewijzen aan groene maatregelen en 20% aan digitale maatregelen.

³² Council of the European Union (2023) Recommendation on developing social economy framework conditions. ([hier](#) beschikbaar).

2

Zorgdragen voor de operationele continuïteit van sociale economie netwerken.

Sociale ondernemingen en andere netwerken op het gebied van de sociale economie zijn een krachtige versneller voor wederzijdse kennisoverdracht, gegevensverzameling en het delen van samenwerkings- en financieringsmogelijkheden. Echter, inspanningen voor digitalisering van de sociale economie worden nog steeds zwaar gehinderd door het gebrek aan financiële steun op langere termijn. Europese Lidstaten moeten digitale projectondersteuning gepaard laten gaan met subsidiemechanismen die zorgdragen voor operationele continuïteit en implementatie van resultaten. Ze moeten bijvoorbeeld het European Programme Employment and Social Innovation (EaSI) op nationaal niveau overnemen, wat cruciaal bleek te zijn voor steun aan het netwerk van Europese sociale economie.

3

Faciliteren van kennisuitwisseling en netwerkmogelijkheden tussen sociale ondernemingen, reguliere bedrijven en onderzoeksinstituten.

Huidige EU-initiatieven zoals de Transition Pathway for the Proximity and Social Economy, de European Skills Agenda, de European Enterprise Network, de European Social Economy Regions en de European Digital Innovation Hubs, moeten dienen als fora om partijen uit de sociale economie in staat te stellen gelijkgestemde partijen te ontmoeten en in contact te komen met ondernemers- en managementmogelijkheden om de digitalisering in de circulaire economie te bevorderen.

4

Agendering van Europese en nationale financiering om digitalisering te ondersteunen.

De nieuwe EU sociale economie website - de Social Economy Gateway³³, is een stimulerend voorbeeld van een digitaal platform dat sociale ondernemingen kan informeren over mogelijkheden om financiering te krijgen voor digitaliseringsprojecten.

5

Het integreren van sociaaleconomische en milieuoverwegingen in het ontwerp van digitaal beleid.

Digitale beleidsinterventies, zoals die bij AI, moeten altijd worden geleid door een aanpak waarbij de mens centraal staat en die een inclusieve en hoogwaardige creatie van werkgelegenheid ondersteunt en niet ondermijnt. Digitale tools voor het versnellen van een circulaire economie moeten de EU waste Hierarchy³⁴ volgen, technologie voor efficiënt gebruik van hulpbronnen bevorderen en op solidariteit gebaseerd hergebruik en reparatie versterken dat sociaaleconomische ondernemingen op zo'n unieke wijze kenmerkt³⁵. Dergelijke acties zouden ook helpen om te voldoen aan het doel van de EU Pillar of Social Right Action Plan dat minimaal 80% van de mensen tussen 16 en 74 jaar in 2030 over digitale basisvaardigheden beschikt, zoals gedefinieerd door de Europese Commissie als een voorwaarde voor inclusie en participatie op de arbeidsmarkt³⁶.

³³ The European Commission's Social Economy Gateway website. ([hier](#) beschikbaar).

³⁴ De afvalhiërarchie is een instrument dat wordt gebruikt bij de evaluatie van processen die het milieu beschermen naast het verbruik van hulpbronnen en energie, van meest gunstige naar minst gunstige acties. De EU-afvalhiërarchie is vastgelegd in artikel 4 van de EU-kaderrichtlijn Afval 2008/98/EC.

³⁵ RREUSE (2021) Job creation by social enterprises in the reuse sector. ([hier](#) beschikbaar).

³⁶ European Commission (2021) The European Pillar of Social Rights Action Plan. ([hier](#) beschikbaar).

6

Formuleren van richtlijnen voor evenredige, aanpasbare en inclusieve circulaire en sociale impact-meetmethodieken.

Section 3 (d) shows social enterprises already measure and communicate their impact, for Rubriek 3 (d) toont sociale ondernemingen die hun impact al meten en communiceren, bijvoorbeeld via digitale rekentools. Reeds bestaande inspanningen om dergelijke ontwikkelingen te stimuleren onder het EU Social Economy Action Plan en binnen de agenda van de EU circulaire economie, moeten voldoen aan de behoeften en kenmerken van de sociale ondernemingen en worden ontworpen met hun advies om het opleggen van digitale barrières te voorkomen, evenals contraproductieve en onrealistische administratieve lasten bij de verslaglegging.

7

Aanpassen van de universitaire curricula om groen sociaal ondernemerschap te bevorderen waarin digitaliseringsaspecten zijn geïntegreerd.

Volgens de 2023 Eurobarometer Social Entrepreneurship and Youth vinden de meeste jonge mensen het belangrijk te werken voor organisaties met sociale of milieudoelen³⁷. Toch zijn er nog weinig academische programma's over sociaal en groen ondernemerschap die aansluiten bij deze interesse. Universitaire curricula moeten beter inspelen op onderwerpen van sociaal en groen ondernemerschap, inclusief het integreren van digitaliseringsaspecten zoals 'tech for good' en open-source software-oplossingen om de huidige en volgende generaties medewerkers in de sociale economie te voorzien van toekomstbestendige digitale vaardigheden.

³⁷ EU Commission's Eurobarometer (2023) Social entrepreneurship and youth. A majority of young people find it 'very' or 'fairly important' that a potential employer has defined social goals (75%) or environmental goals (73%). ([hier](#) beschikbaar).

Conclusies

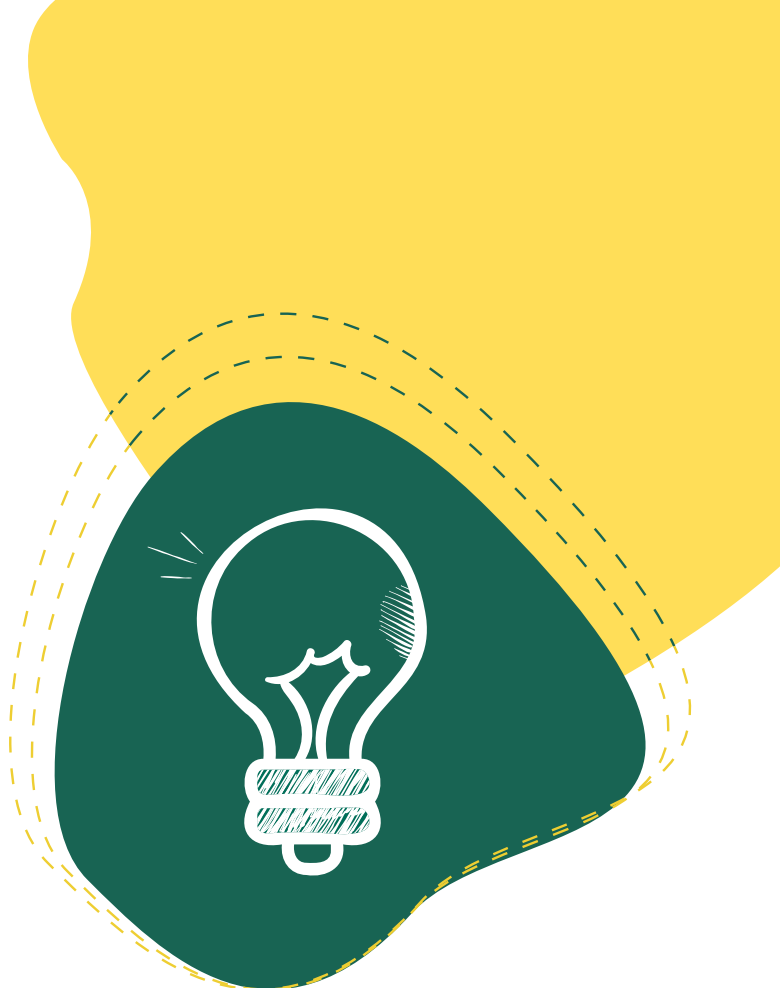
Onder de consortiumpartners en RREUSE-leden zijn er veel bestaande en opkomende ontwikkelingslijnen voor de digitalisering van verschillende werkprocessen. Dit is aangetoond door de diverse voorbeelden van digitaliseringsinspanningen die zijn gericht op het optimaliseren en versnellen van de operationale processen in de re-use activiteiten en klantgerichte diensten. Tegelijkertijd genereren deze ontwikkelingen mogelijkheden voor sociale economie organisaties om hun publieke zichtbaarheid te verbeteren, de capaciteit van hun personeelsbestand te vergroten en hun algehele verkoop van tweedehands producten te verbeteren.

Een gemeenschappelijk kenmerk van de meeste van deze sociale ondernemingen is echter dat ze moeite hebben om het gewenste niveau van digitale transformatie te bereiken vanwege fundamentele obstakels, zoals het hebben van beperkte middelen of een personeelsbestand met lage digitale vaardigheden. Hun uitdagingen variëren, afhankelijk van de fase van digitalisering waarin zij zich bevinden, hun regionale, nationale en lokale contexten, en de aard van hun werk, zoals de productstromen waar ze mee werken en de activiteiten waarbij ze betrokken zijn.

Terwijl het DigiSocCirc-project deze belangrijke bevindingen heeft achterhaald, heeft het zelf ook gediend als succesvol platform om van elkaar te leren en samenwerkingen tussen deze partners in de sociale economie te bevorderen. Hierbij wordt het belang van het hebben van langdurige uitwisseling ook na de projectperiode benadrukt. Grensoverschrijdende samenwerkingen zijn dus uitgegroeid tot een cruciale strategie om innovatie en het delen van kennis en ervaring op een bredere

geografische schaal te bevorderen, om digitale transformaties tussen deze partijen van de sociale economie te faciliteren. Dit kan op verschillende manieren worden bereikt, waaronder door het voeren van strategische discussies, technische discussies, diepgaand leren en grensoverschrijdende projecten. Met deze gezamenlijke visie bundelen sociale ondernemingen hun krachten om elkaar naar een hoger niveau te tillen en samen soortgelijke uitdagingen te overwinnen, om hun activiteiten met succes te digitaliseren en hun duurzaamheid en winstgevendheid op de lange termijn te garanderen.

Ten slotte moet beleid zijn afgestemd op deze grensoverschrijdende initiatieven om digitaliseringsinspanningen verder te ondersteunen en betere toegang te bieden tot financiering en mogelijkheden om capaciteit op te bouwen voor deze sociale ondernemingen. Met deze afstemming kan succesvolle digitalisering een realiteit worden voor veel van deze partijen.





**LATEN WE
IN CONTACT BLIJVEN!**



@RREUSE.RREUSE



@RREUSE



@RREUSE_Brussels



@RREUSE_Brussels



**MELD U AAN VOOR
ONZE NIEUWSBRIEF!**

Rue d'Edimbourg 26, 1050 Brussel, België

www.rreuse.org

info@rrreuse.org

+32 (0)2 894 46 14