

De reeks Management in de samenleving behandelt uiteenlopende bedrijfsethische thema's met als doel bestuurders en managers praktische ondersteuning te bieden. De reeks is ontstaan vanuit de strategische alliantie tussen het European Institute for Business Ethics, onderdeel van Nyenrode Business Universiteit, en de afdeling Sustainability Solutions van PricewaterhouseCoopers.

Handboek voor sociaal ondernemen in Nederland

Hoewel het begrip Sociaal Ondernemen inmiddels gemeengoed is geworden, bestaat er weinig Nederlandstalige literatuur over. Sociaal Ondernemen is zakelijk ondernemen, met oog voor mens en milieu. Sociaal ondernemers zoeken niet naar subsidie-afhankelijkheid, maar ondernemen in de markt.

Het combineren van maatschappelijke en financiële winst betekent voor iedere ondernemer en investeerder een goed imago en een duurzame strategie. De toegevoegde waarde van een onderneming gaat tegenwoordig verder dan de prijs van het aandeel.

Maar wat wordt precies bedoeld met sociaal ondernemen?
Hoe doe je het en vooral, wat levert het concreet op?
Zijn maatschappelijke activiteiten altijd maar afhankelijk van giften en subsidies?
Kun je het maatschappelijk rendement meten en erop sturen?

Met *Handboek voor sociaal ondernemen in Nederland* bieden de auteurs iedereen die belang heeft bij sociaal ondernemen (investeerders en ondernemers) een handleiding bij het vertalen van 'verheven missies' naar praktisch ondernemen. Aan de hand van voorbeelden wordt de theorie en praktijk van het Sociaal Ondernemen in Nederland zichtbaar gemaakt.

Boris Franssen en Peter Scholten van bureau Scholten&Franssen adviseren op het gebied van Sociaal Ondernemen, en zijn toonaangevend op het gebied van Earned Income-strategieën ("zelffinanciering") en Social Return on Investment.