

CREATIEVE SECTOR? HARD NODIG!

Sociale innovatie en de toekomst van Nederland

Tekst: Chris Sigaloff (met dank aan Marlieke Kieboom)

De huidige crisis laat het in volle glorie zien: onze innovatiemaatschappij werkt niet meer. Nederland heeft daarom een nieuwe vorm van slimheid nodig; een nieuwe vorm van innovatie. De culturele, creatieve sector kan bij uitstek bijdragen aan het ontwikkelen van nieuwe manieren om economische en maatschappelijke waarde te creëren en te verdelen. Wat is 'slim zijn' anno 2013? En hoe kunnen de creatieve industrie en culturele sector hier mede vorm aan geven?

Kennisland werkt er als denk- en doetank al veertien jaar aan om Nederland slimmer maken. Bij de oprichting van Kennisland stond slim zijn in het teken van de kenniseconomie. Daarin was een slim Nederland vooral een innovatief Nederland. Innovatie zou leiden tot nieuwe technologieën, nieuwe producten en economische groei, en dat zou weer zorgen voor welvaart en welzijn voor iedereen. Maar tijden veranderen. De maatschappelijke vraagstukken waar we nu voor staan laten zien dat louter economische groei en technologische innovatie niet zaligmakend zijn. Integendeel: veel van onze huidige problemen, zoals het gebrek aan grondstoffen, het dalende vertrouwen in de overheid, de sociale ongelijkheid en vergrijzing zijn uitwassen van dit type innovatie.

Onze samenleving heeft klaarblijkelijk een nieuwe vorm van slimheid nodig, een nieuwe vorm van innovatie. Innovatie die gaat over nieuwe, creatieve vormen van samenwerken, over nieuwe partnerschappen, over het creëren van netwerken, over het benutten van de kracht en kennis in de samenleving en over instituten en systemen die het mogelijk maken voor mensen om betere levens te leiden. Dit type innovatie wordt steeds vaker aangeduid met de term 'sociale innovatie'.

Onder sociale innovatie wordt verstaan: nieuwe strategieën, concepten, ideeën en organisaties die een oplossing trachten te bieden voor grote maatschappelijke uitdagingen. Dat is vernieuwing die zowel economische als sociale waarde creëert. Denk bijvoorbeeld aan Peerby, een ruilsysteem voor spullen, Wehelpen, een ruilsysteem voor zorg, Fairphone, een duurzame telefoon, Voorjebuurt, een crowdfundingplatform voor buurtinitiatieven, en EigenkrachtCentrale, een alternatieve aanpak voor jeugdzorg. Allemaal inspirerende voorbeelden van sociale innovatie. Echter, leiden deze slimme oplossingen tot werkelijk diepe verandering? Leiden ze tot een transformatie van onze instituten, onze achterliggende waarden, de politiek?

Op naar de slimme samenleving

Te vaak zien wij dat er te instrumenteel wordt gedacht. Te vaak zien we dat slimme oplossingen in de marge blijven, niet doordringen tot in de haarvaten van onze samenleving. Te vaak zien we dat sociale innovatie zich beperkt tot een 'leuke', innovatieve oplossing naast de aloude, bestaande oplossingen. Zo wordt Voorjebuurt omarmd door gemeentes, maar blijft de gemeente ook nog de oude subsidiemolen voor buurtinitiatieven in stand houden. Als sociale innovatie op deze manier wordt doorgezet, heeft het geen vernieuwende waarde. Het zal niet leiden tot werkelijke verandering en zal het resultaat beperkt blijven tot slechts een nieuw concept, een nieuwe hype.

Dus wat is slim zijn nu eigenlijk anno 2013 volgens Kennisland? Wat ons betreft moet sociale innovatie in elk geval meer zijn dan een slimme oplossing. Wat nodig is, is een scala aan interventies die niet alleen leiden tot slimme oplossingen voor gebruikers maar ook tot slimme professionals, slimme instituten, slim beleid en een slimme samenleving. Een samenleving waarin eenieder kan floreren, waar we het sociale kapitaal maximaal benutten. Sociale innovatie moet bijdragen aan de ontwikkeling

Zo wordt Voorjebuurt omarmd door gemeentes, maar blijft de gemeente ook nog de oude subsidiemolen voor buurtinitiatieven in stand houden. Als sociale innovatie op deze manier wordt doorgezet, heeft het geen vernieuwende waarde.

van een alternatieve visie voor de transformatie van onze huidige innovatiemaatschappij. Hier is een fundamenteel ander waardenstelsel voor nodig, namelijk een waardenstelsel dat zich het beste laat beschrijven als het streven naar een samenleving die in al haar facetten duurzaam en sociaal is en die ook innovatie in de toekomst mogelijk maakt.

Maar hoe we dat kunnen doen is niet zo eenvoudig. Hier is geen vast recept voor. Geen blauwdruk. Juist daarom biedt de culturele en creatieve sector uitkomst. Door de ruimte voor het experiment, door iteratieve werkprocessen, het belang van ambacht en de waardegedreven manier van werken is met name de culturele en creatieve sector een broedplaats voor het type sociale innovatie dat verder gaat dan een simpele verbetering of oplossing. Tijdens Sociale Safari, een leerprogramma voor maatschappelijke vernieuwers georganiseerd door Kennisland, werken we daarom actief samen met designers om nieuwe oplossingen te vinden voor taaie vraagstukken. Dit jaar werkten we in de Safari aan het bestrijden van jeugdwerkeloosheid, aan eenzaamheid in een Amsterdamse stadswijk, aan zorg voor jonge delinquenten en aan de mogelijkheden van de ruileconomie. Vernieuwing is mogelijk juist doordat de Safari-deelnemers de moeilijke vragen niet uit de weg gaan, maar samen met de jongeren, bewoners en sociaal ondernemers op zoek gingen naar alternatieve invullingen van werk, leefbaarheid, veiligheid en economie. Echter, deze inzichten moeten wel weer hun plek vinden richting beleid. Alleen als sociale innovatie zowel *bottom-up* vernieuwing mogelijk kan maken, als onze huidige systemen en instituten kan vernieuwen heeft het de potentie om onze samenleving voor te bereiden op de toekomst. □

LINKS

www.kennisland.nl
www.peerby.nl
www.wehelpen.nl
www.fairphone.com

www.voorjebuurt.nl
www.eigen-kracht.nl
www.socialsafari.org



Chris Sigaloff is de voorzitter van Kennisland en adviseur sociale innovatie. Samen met Paul Keller vormt zij het bestuur en geeft ze leiding aan Kennisland.