



Samen op (onder)zoek

Participatieve methodieken voor geëngageerde
onderzoekers en praktijkwerkers

Liesbeth De Donder - Lieselot Degraeve
Bas Dikmans - Silke Marynissen



COLOFON

Samen op (onder)zoek: participatieve methodieken voor geëngageerde onderzoekers en praktijkwerkers

Liesbeth De Donder, Lieselot Degraeve, Bas Dikmans, Silke Marynissen (redactie)

Vrije Universiteit Brussel, Vakgroep Educatiewetenschappen

Brussel

ISBN 9789077130162

Eerste versie

@ 2025 Liesbeth De Donder, Lieselot Degraeve, Bas Dikmans, Silke Marynissen

Niets uit deze uitgave mag worden overgenomen zonder duidelijke bronvermelding. Overname van tekst is toegestaan mits de oorspronkelijke auteur(s) en titel expliciet worden vermeld, zowel van het boek als van het betreffende hoofdstuk. Het is niet toegestaan de inhoud te wijzigen of voor commerciële doeleinden te gebruiken zonder schriftelijke toestemming van de auteur(s).

Vormgeving: Lieselot Degraeve

Illustraties: Zoë Claessens

www.samenoponderzoek.be

Licentie

Samen op (onder)zoek: participatieve methodieken voor geëngageerde onderzoekers en praktijkwerkers © 2025 by Liesbeth De Donder, Lieselot Degraeve, Bas Dikmans, Silke Marynissen is licensed under CC BY-NC-ND 4.0. To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



DE SOCIALE INNOVATIEFABRIEK: 'LOVE THE PROBLEM, NOT THE SOLUTION'

LIESELOT DEGRAEVE

Complexe sociale noden en problemen vragen creatieve oplossingen die de samenleving transformeren. Een leendienst voor kinderfietsen, herbruikbare koffiebekers, tewerkstelling voor nieuwkomers of woningen voor gezinnen met een klein budget: het zijn maar enkele voorbeelden van sociaal innovatieve diensten of producten die maatschappelijke behoeften aanpakken. “Sociale innovatie werkt vernieuwende oplossingen uit op een participatieve manier en kijkt naar de structurele oorzaken van problemen”, zegt Tomas De Groote van de Sociale InnovatieFabriek.

“We zien sociale innovatie als alle vernieuwende diensten, producten en procedures die een oplossing kunnen betekenen voor hardnekkige maatschappelijke uitdagingen”, zegt Tomas. “De vernieuwing zit zowel in het proces als in het resultaat. Het brengt niet alleen de samenleving vooruit, maar ook de mensen die eraan bijdragen.” Tomas voegt daaraan toe dat sociale innovatie een zoekproces is: “Ik zie het als een continu proces omdat complexe uitdagingen vaak systemisch van aard zijn en zich niet op één moment, door één organisatie, project of instantie laten oplossen. Sociale innovatie streeft naar systeemverandering. Het pakt verschillende uitdagingen tegelijk aan en is wendbaar en flexibel. Mijn mantra is: ‘Love the problem, not the solution’.”

Waar ligt het participatieve karakter van sociale innovatie?

Tomas: “Sociale innovatie moet empowerend en democratisch zijn voor de doelgroep en de stakeholders. De systeemveranderende kracht van sociale innovatie ligt in de nieuwe verbindingen die het creëert.”

Tomas verwijst naar de benadering van Movisie, een kennisinstituut voor sociale vraagstukken: ‘Met sociale innovatie wordt de kennis en kunde benut van mensen met verschillende achtergronden, in een samenwerking vanuit verschillende disciplines waarin verschillende soorten kennis (van ervaringskennis, professionele kennis tot wetenschappelijke kennis) op een gelijkwaardige manier

gewaardeerd en benut worden. Op die manier bevordert sociale innovatie participatie en draagt het bij aan empowerment van burgers.'

De Europese Commissie voegt daar in haar Guide to Social Innovation (2013) aan toe dat sociale innovatie verwijst naar zowel het maatschappelijke doel van een innovatie als naar het proces waarin mensen participeren om tot een beter resultaat te komen. De samenwerking is gericht op vraagstukken oplossen, niet-hiërarchisch, en verbindt mensen uit verschillende sectoren en lagen van de samenleving.

Wie kan er een proces van sociale innovatie starten?

Tomas: "Iedereen kan dat: burgers, organisaties, bedrijven, overheden of lokale besturen. Vooral de organisatiestructuur en -cultuur zijn bepalend. Er kan geïnnoveerd worden in een bestaande organisatie of bedrijf, maar burgers kunnen ook zelf een structuur oprichten, bijvoorbeeld een vzw of een coöperatie. Het is vooral belangrijk om van in het begin stakeholders te betrekken uit verschillende hoeken van de samenleving, zoals de doelgroep, financiers, academici of andere experts, enzovoort. Hoe meer je dat doet, hoe relevanter en veerkrachtiger de sociale innovatie zal zijn, en hoe groter de kans dat je impact kan hebben."

Tomas verwijst naar het micro-ondernemerschap,

een model waarbij mensen op zichzelf een kleine onderneming starten om een specifieke nood of behoefte in te vullen. "Het is mooi om te zien hoe mensen bij maatschappelijke uitdagingen denken: 'Ik denk dat ik er iets aan kan veranderen.' Ze bijten zich erin vast, onderzoeken de oorzaken van het probleem en wat er ontwikkeld moet worden om er iets aan te doen. We zien ook mensen met een kwetsbare achtergrond die hun eigen problemen oplossen, bijvoorbeeld een koppel dat in armoede belandde door ziekte en toch erbovenop geraakte, waarna ze een sociale garage startten waar mensen in armoede hun auto laten herstellen aan een laag tarief en ondertussen een babbeltje kunnen doen. Het is bij mijn weten een unicum in België. In Frankrijk bestaat het al als 'solidaire garage'."

Krijgen sociale innovators het soms ook moeilijk?

Tomas: "Zelfs voor veerkrachtige mensen zijn er grenzen. De grootste drempel is dat de zoektocht naar structurele inkomsten jaren kan duren. Het is al moeilijk voor een 'gewone' onderneming om een goed product te ontwikkelen, om toegang tot de markt te vinden en op te schalen, hoe moeilijk is het dan wel voor sociale innovaties die in de eerste plaats iets willen veranderen in de maatschappij."

Bovendien is het niet simpel om financiering te vinden voor projecten of organisaties die zich richten op sociale innovatie, omdat de impact ervan nog te weinig wordt erkend. "De interesse neemt wel toe, al blijft er nood aan meer financieringsmechanismen en -instrumenten voor sociale innovatie", voegt Tomas toe.

Welke rol spelen onderzoekers en de academische wereld in sociale innovatie?

Tomas: "Die twee werelden hebben elkaar nodig. Alleen al als het gaat over probleemanalyse en problemen vaststellen, heb je academische bewijs nodig. Wat zijn de oorzaken van de problematiek, hoe verhouden die zich tot elkaar? Ook om de impact goed te meten is goed onderzoek belangrijk." Een voorbeeld



Foto: Freepik

waar beide werelden elkaar vonden, was het project ArmenTekort, een buddywerking voor mensen in armoede. In opdracht van ArmenTekort maakte Karel de Grote Hogeschool de 'Meetschaal Buddy-Empowerment' om de effecten van de buddywerking te meten voor mensen in armoede.

Een samenwerking tussen onderzoekers en sociale innovatoren heeft ook potentieel om bepaalde doelgroepen te bereiken. Tomas verwijst naar het voorbeeld van de Gezondheidskiosk in Antwerpen: een laagdrempelige plek waar burgers kunnen binnenwandelen voor informatie over gezond leven en worden doorverwezen naar curatieve zorg

als het nodig is. In samenwerking met Universiteit Antwerpen konden bezoekers van de kiosk zich laten screenen op hartproblemen. Ondertussen is er een uitbreiding naar Brussel in samenwerking met vzw Goujonissimo, een welzijns- en gezondheidscentrum.

"In een maatschappij die steeds meer afkerig wordt van feiten en onderzoek, is niets waardevoller dan als onderzoeksinstelling tonen dat je samen met maatschappelijke partners hardnekkige uitdagingen kan aanpakken", sluit Tomas af.

PROJECT PAPILLON PAKT ENERGIEARMOEDE AAN

Tomas: "Het project Papillon is een mooi voorbeeld van sociale innovatie, een samenwerking tussen de non-profitorganisatie SAAMO en het bedrijf BOSCH. Samen pakken ze energie-armoede aan door hoogefficiënte huishoudtoestellen te verhuren aan gezinnen met een laag inkomen. Zij hebben vaak oude, tweedehands, energieslurpende toestellen met een hoge energiefactuur. Dankzij de goedkope huurprijs hoeven ze geen dure aankoop te doen en daalt de energiefactuur. Het is ook goed voor het milieu en zo pakt dit project tegelijk een andere maatschappelijke uitdaging aan. BOSCH biedt ook 10 jaar onderhoud aan van de toestellen. De huurprijs is zo'n 9 euro per maand, waarvan de Vlaamse overheid een klein deel bijlegt.

Papillon startte als pilootproject met middelen van de Koning Boudewijnstichting, met 130 toestellen. Wij hebben hen geholpen om de impact te meten. Zo konden we nagaan hoeveel energie er al bespaard werd en aantonen dat het goed werkt. De aantoonbare positieve impact zorgde ervoor dat we de mogelijkheden tot schaalvergroting konden verkennen, volgens verschillende potentiële schaalstrategieën die we samen hebben bekeken. Ondertussen is er een samenwerking met OCMW's in heel Vlaanderen om het model verder uit te rollen.

Bovendien gaven we heel wat zichtbaarheid aan het project. Papillon kwam aan bod in onze Radicale VernieuwersCampagne en werd opgenomen in ons internationaal netwerk. We hebben geïntroduceerd bij de Managing Authorities van het European Social Fund, wat uiteindelijk ervoor zorgde dat het model van Papillon werd uitgeschaald in Tsjechië."



Foto: Pexels

WAT DOET DE SOCIALE INNOVATIEFABRIEK?

Ten eerste is er de dienstverlening om sociaal innovatoren te ondersteunen. Dat is een aanbod van enkele inhoudelijke programma's voor verschillende fasen van sociale innovatie. Voor startende projecten is er bijvoorbeeld de Start-Up Club waar ze hulp krijgen om het probleem te analyseren, om te verkennen welke producten, diensten of processen een oplossing kunnen bieden en om een businessmodel te ontwikkelen. De Scalpers Club is er voor innovatoren die al een tijdje bezig zijn en die hun impact nog willen vergroten. Daar gaat het bijvoorbeeld over de strategieën voor schaalvergroting en over de rolverdelingen in een organisatie of project. Daarnaast zijn er een aantal thematische trajecten die zich richten op innovatoren die specifiek in een thema werken, bijvoorbeeld sociale innovaties in sport, welzijnswerk of de zorg.

Ten tweede brengt de Sociale InnovatieFabriek innovatoren met elkaar in contact zodat ze van elkaar kunnen leren, bijvoorbeeld startende innovatoren komen in contact met innovatoren die al langer bezig zijn. De Sociale InnovatieFabriek heeft ook een netwerk van experts, bijvoorbeeld over financiering of over impactmeting. Een strategische partner is Cera, die anderen informeert over het oprichten van coöperaties.

Ten derde werken ze aan meer openheid voor sociale innovatie in de samenleving en bij het beleid, zoals met de campagne Radicale Vernieuwers, waar jaarlijks 10 sociaal innovators in de kijker worden gezet, met een wedstrijd eraan verbonden.

socialeinnovatiefabriek.be