

Ondernemers en de mienskip

Ondernemers en de mienskip

De onlangs opgerichte Economic Board Fryslân formuleert zijn taak als “het samenwerken aan een sterke Friese economie en brede welvaart” (EBF, z.d.). Het baseert zich daarbij mede op de economische samenwerkingsagenda Blue Delta.

Het werken aan een verbonden mienskip geldt binnen die agenda als één van de kernmissies. Maar wat is eigenlijk de connectie tussen mienskip en welvaart, in zowel puur economische als brede zin? Hieronder geven we weer wat daarover vanuit wetenschappelijk onderzoek bekend is. Daarna presenteren we resultaten uit het nieuwe Ondernemerspanel Fryslân.

Belang van sociaal kapitaal

Mienskip associëren we met veelvuldig sociaal contact, een hoge mate van onderling vertrouwen en een rijk verenigingsleven. Dit soort zaken worden in de wetenschappelijke literatuur vaak samengevat onder de noemer ‘sociaal kapitaal’. Fryslân staat er relatief goed voor als het gaat om sociaal kapitaal. Nergens anders in Nederland zijn mensen tevredener over de sociale cohesie in hun woonbuurt en in slechts één provincie zijn inwoners tevredener over het sociale leven in het algemeen. Bijna 70% van de inwoners van Fryslân heeft vertrouwen in andere mensen, waarmee Fryslân tot de top drie Nederlandse provincies behoort. Ook is Fryslân ‘kampioen vrijwilligerswerk’; nergens anders in Nederland wordt door een groter aandeel van de bevolking vrijwilligerswerk gedaan (CBS, 2025a).

Het is in toenemende mate bekend dat sociaal kapitaal verband houdt met verschillende andere aspecten van brede welvaart. Goede sociale contacten zijn van doorslaggevend belang voor de gezondheid van mensen, gemeten in levensduur en kwaliteit van leven, in alle levensfasen (Holt-Lunstad et al., 2017). In landen en regio’s met veel sociaal kapitaal is er minder criminaliteit (SCP, 2023). Mensen die vrijwilligerswerk doen rapporteren een hoger geluksgevoel, meer tevredenheid met het leven en een betere psychische gezondheid dan mensen die geen vrijwilligerswerk doen (CBS 2025b). Inwoners van Fryslân die zich sterk verbonden voelen met hun buurt ervaren meer brede welvaart (Planbureau Fryslân, 2026). Een ruime meerderheid van de inwoners van Fryslân - zeker op het platteland - vindt dat verenigingen zorgen voor meer verbondenheid in het dorp of de wijk (Planbureau Fryslân, 2025).

Ook voor economische prestaties

Wat wellicht minder bekend is, is dat sociaal kapitaal een positieve invloed heeft op de puur economische welvaart, gemeten aan de hand van het bruto nationaal (of regionaal) product. Pionierend onderzoek van Robert D. Putnam en zijn collega’s laat zien dat Italiaanse regio’s die veel sociaal kapitaal overgeleverd hebben gekregen uit het verleden economisch goed presteerden, terwijl regio’s die die erfenis niet hebben achterbleven (Putnam, 1994). Later onderzoek heeft aangetoond dat deze conclusie uitgebreid kan worden naar 54 Europese regio’s, onder andere in Nederland

(Beugelsdijk & Van Schaik, 2005). Met name actief lidmaatschap van verenigingen (Beugelsdijk & Van Schaik, 2005) – dat wil zeggen, het doen van vrijwilligerswerk – en sociaal vertrouwen (Bjørnskov, 2012) leidt tot hogere economische groei. Sociaal vertrouwen leidt tot meer scholing, wat zowel een directe positieve invloed op economische groei heeft als een indirecte, via hogere investeringen. Hoger sociaal vertrouwen leidt ook tot een sterkere ‘rule of law’, wat óók meer investeringen en daarmee economische groei tot gevolg heeft (Bjørnskov, 2012). Belangrijk is dat het in deze onderzoeken gaat om causaliteit en niet slechts correlatie. Meer sociaal kapitaal veroorzaakt een hogere economische groei.

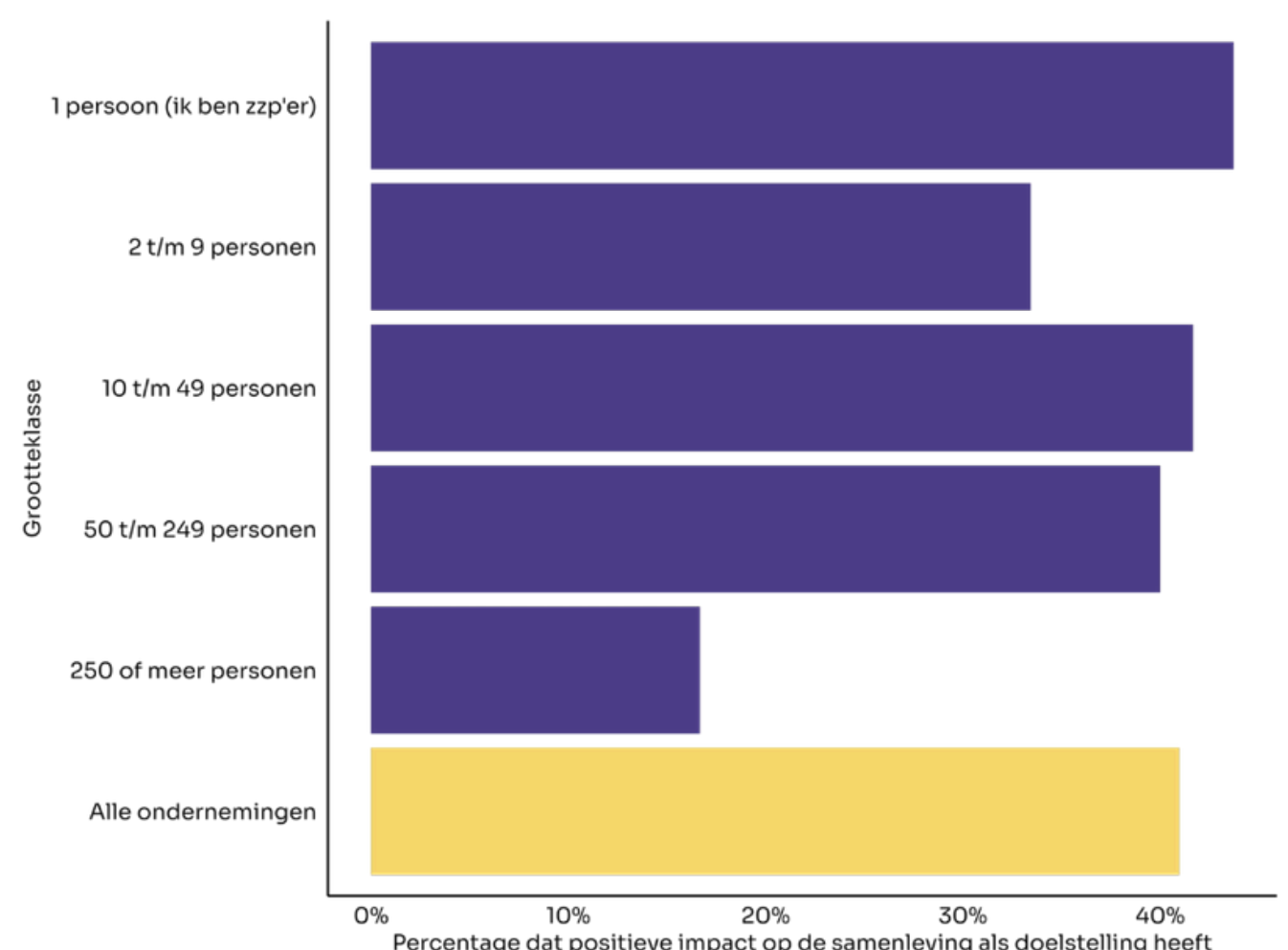
Kortom, er lijkt alle reden te zijn om te kijken naar hoe de mienskip (verder) versterkt kan worden. Is het niet vanwege de intrinsieke waarde van mienskip, dan wel vanuit economisch perspectief. Eén van de manieren waarop dit versterken kan plaatsvinden is door bijdragen van ondernemers aan de mienskip. In de rest van dit artikel beschrijven we hoe ondernemers in Fryslân (willen) bijdragen aan het versterken van het sociaal kapitaal in de provincie.

In 2025 is Planbureau Fryslân gestart met een Ondernemerspanel. Ruim 800 Friese ondernemers hebben een vragenlijst ingevuld. In die eerste vragenlijst zitten diverse vragen die te maken hebben met de mienskip.

Deze vragen gaan over de doelstellingen van een onderneming, over bijdragen aan de mienskip en over sociale inclusie, ofwel erbij horen. Ondernemers hebben ook informatie gegeven over hun locatie, omvang, groeifase en of ze een familiebedrijf zijn. Bepaalde groepen ondernemers blijken soms echt andere antwoorden te geven.

Ondernemers kijken verder dan groei en winst

Ondernemers zijn gevraagd naar hun doelstelling. Daarbij konden ze maximaal drie van de volgende mogelijkheden kiezen: 1) positieve impact op de samenleving; 2) bijdrage aan de kwaliteit van leven van de klant; 3) continuïteit van het (familie) bedrijf; 4) groei van omzet en winst; 5) positieve impact op het milieu; 6) innovatie; 7) groei van het aantal personeelsleden; 8) anders. Het maken van een positieve impact op de samenleving is door 40% van de Friese ondernemers aangevinkt. Dit zijn vooral bedrijven tot 250 medewerkers (circa 35 tot 45 %), bedrijven met meer dan 250 medewerkers scoren lager (nog geen 20%). In onderstaande figuur staat het gemiddelde antwoord van alle ondernemers onderaan in geel.



Figuur 1. Percentage ondernemers dat het maken van een positieve impact op de samenleving als doelstelling heeft naar omvangklasse.

Ook maakt het uit of een bedrijf een familiebedrijf is. Familiebedrijven vinden het maken van een positieve impact op de samenleving minder belangrijk dan niet-familiebedrijven.

Circa 43 procent van de Friese ondernemers vindt het maken van sociale en/of omgevingsimpact belangrijker dan winst en/of groei (zie onderste balk figuur 2).

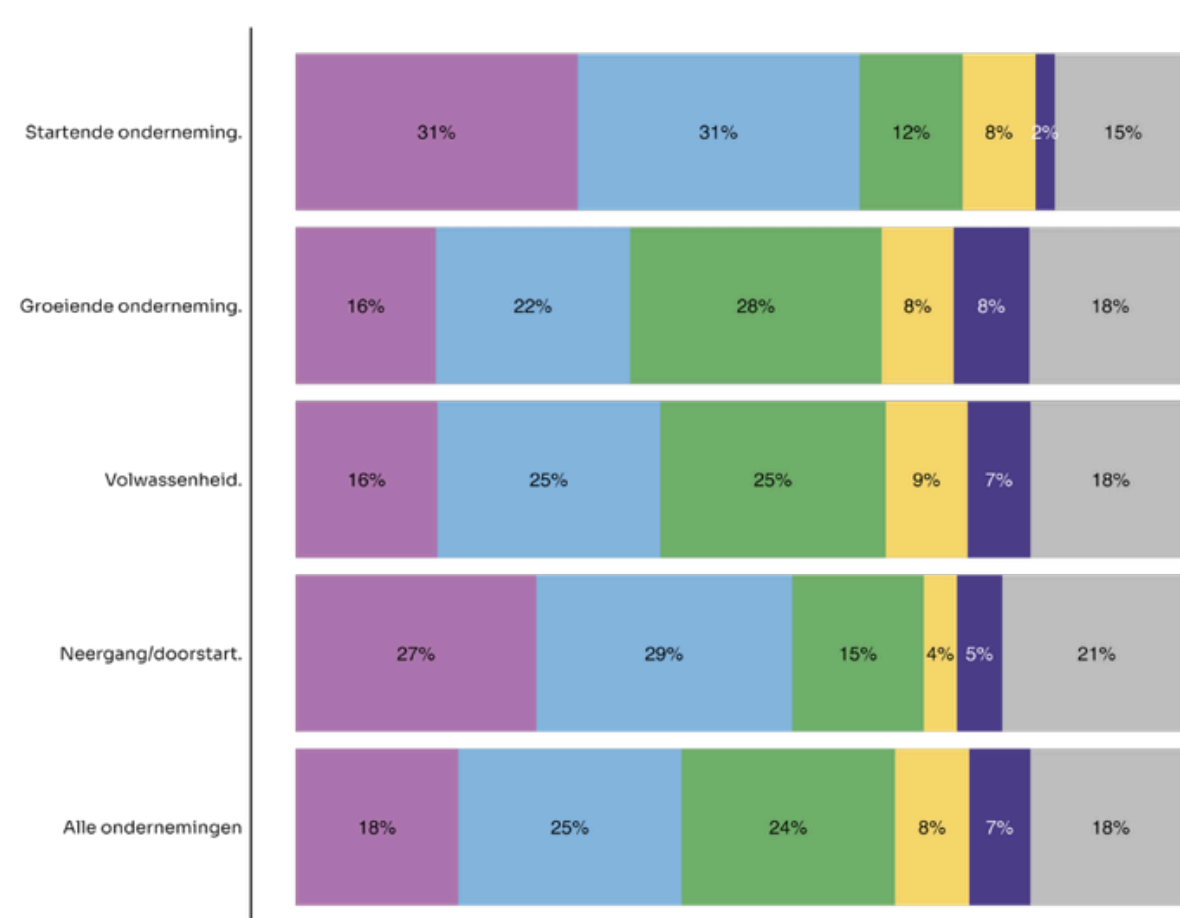
Ondernemers in Noordwest Fryslân geven op beide vragen een positiever antwoord dan ondernemers uit andere streken van Fryslân. In Noordwest Fryslân wil circa 60% een positieve impact op de samenleving maken, voor de andere streken van Fryslân is dat tussen de circa 30 en 45%).

Ongeveer de helft van de ondernemers in Noordwest Fryslân vindt het maken van sociale en/of omgevingsimpact belangrijker dan winst en/of groei. Voor de andere streken van Fryslân ligt dit percentage tussen de 40% en 47%.

De ontwikkelingsfase maakt ook verschil. Ondernemers konden aangeven of ze een startende onderneming waren, in de doorgroeifase verkeerden, volwassen waren of in de fase neergang/doorstart.

Startende bedrijven en bedrijven in de laatste fase, neergang of doorstart, vinden de doelstelling Positieve impact op de samenleving vaker aan dan groeiende ondernemingen of ondernemingen in de fase volwassenheid.

Ditzelfde geldt voor de stelling of ze sociale en/of omgevingsimpact belangrijker vinden dan winst en/of omzet.

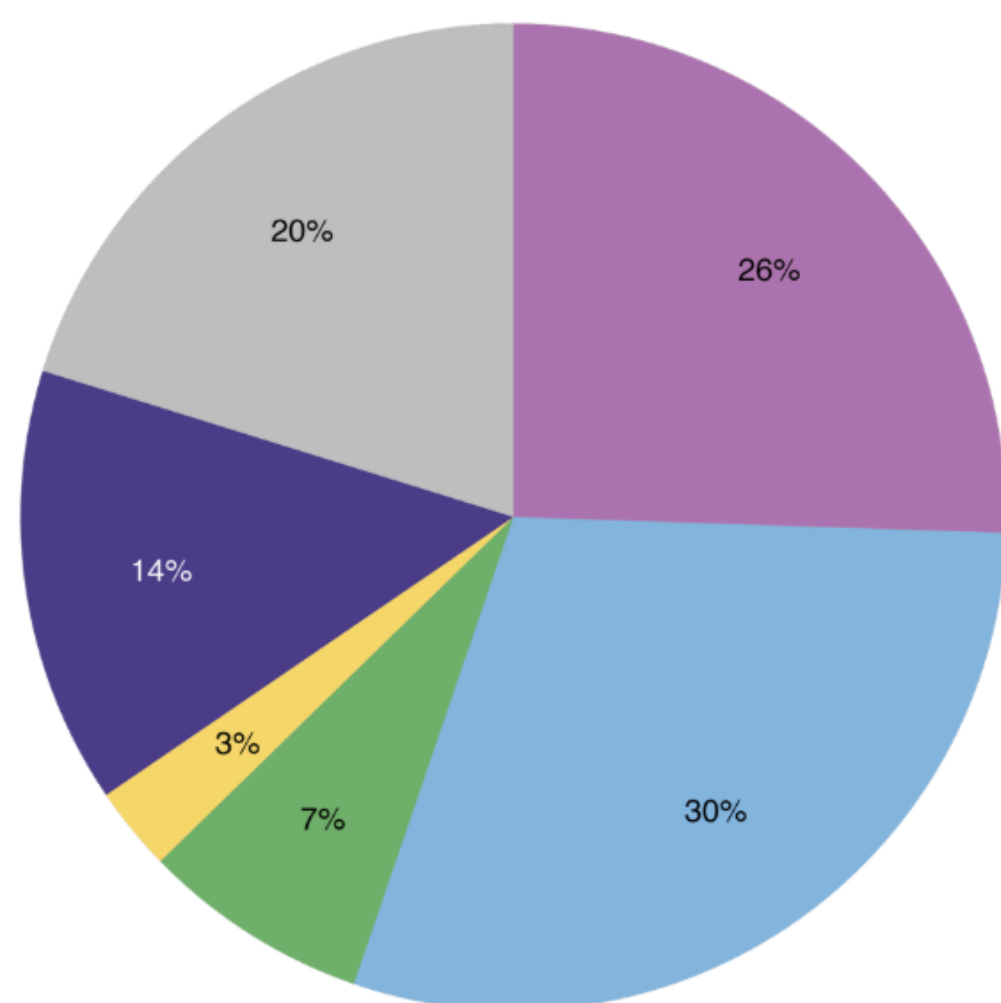


Figuur 2. Mate waarin Friese ondernemers het eens zijn met de stelling “Ons bedrijf vindt sociale en/of omgevingsimpact belangrijker dan winst en/of groei” naar ontwikkelingsfase en totaal.



Zeventig procent van de Friese ondernemers draagt bij aan de mienskip

Meer dan de helft (55%) van de bedrijven sponsort regelmatig culturele en/ of sportevenementen.



Figuur 3. Mate waarin Friese ondernemers het eens zijn met de stelling “Ons bedrijf sponsort regelmatig lokale culturele- en/of sportevenementen”.



De helft van de bedrijven (52%) draagt op een andere manier bij aan de mienskip.

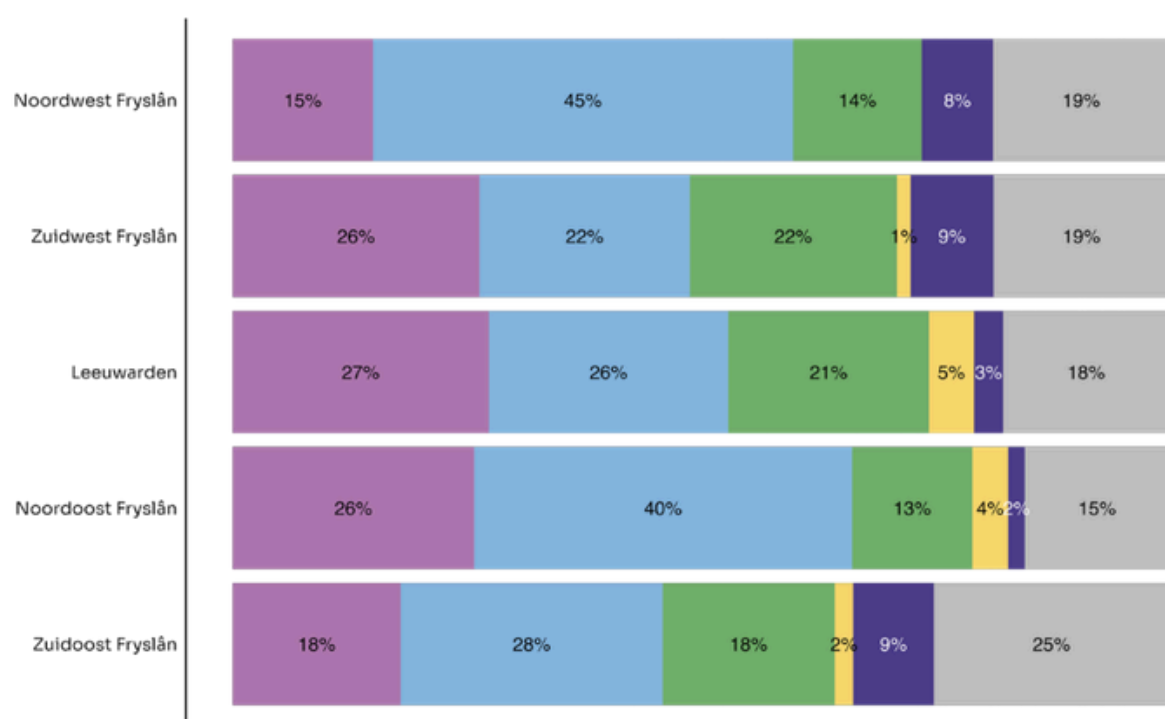
Bijvoorbeeld door het beschikbaar stellen van materialen, bedrijfsmiddelen, kennis en/of ruimte zoals een parkeerterrein.

Ondernemers konden op beide vragen positief reageren, de vragen sluiten elkaar niet uit. Van de ondernemers doet 36,4% allebei, en 71% doet ten minste één van beide.

Andere bijdragen aan de mienskip:

- Naast sponsoring, stellen we materialen en ruimte beschikbaar, bijvoorbeeld ons parkeerterrein.
- Wij dragen bij door om niet (gratis) werkzaamheden te verrichten voor het verenigingsleven en de dorpscoöperatie.
- Het dorp heeft toegang tot onze defibrillator.
- Wij lenen onze bedrijfsmiddelen uit aan lokale sportevenementen.
- Wij hebben voor drie van onze medewerkers woonruimte geregeld.
- Wij dragen bij door bloemenstroken op weilanden, wandelroutes, etc.
- Wij dragen bij door kansarme jongeren een vak te leren en klaar te stomen voor de maatschappij
- Wij dragen bij door onze inclusieve manier van werken. Respect, fatsoen en loyaliteit zijn onze kernwaarden voor zowel interne als externe relaties.
- Wij dragen bij door medewerkers uit de buurt aan te nemen en bij lokale leveranciers te kopen.
- Wij hanteren speciale tarieven voor uitkeringsgerechtigden en studenten.
- Wij doneren regelmatig voedsel aan de voedselbank.
- Ik breng mijn kennis in in de netwerken waaraan ik verbonden ben.
- Ik zorg dat het weggeefkastje voor de deur gevuld blijft.
- Wij besteden veel werk uit aan bedrijven waar mensen werken met een afstand tot de arbeidsmarkt
- Evenementen die wij organiseren zijn altijd gratis.

Ondernemers uit Noordoost Fryslân geven vaker (66%) aan dat ze op een andere manier bijdragen aan de mienskip dan ondernemers uit andere streken van Fryslân (46% - 60%). Ondernemers uit Zuidoost Fryslân doen dit het minst vaak. Voor sponsoring geldt een vergelijkbaar beeld.



Figuur 4. Mate waarin Friese ondernemers het eens zijn met de stelling “Ons bedrijf draagt op een andere manier bij aan de mienskip” naar streek. Op de Waddeneilanden was de steekproef te klein om resultaten naar dat gebied uit te splitsen.

Grootteklasse (aantal medewerkers) maakt ook uit. Naarmate bedrijven groter zijn, leveren ze vaker een bijdrage aan de mienskip.

Ook ontwikkelingsfase maakt uit. Startende ondernemers en ondernemers in de neergang/doorstart fasen sponsoren minder vaak dan groeiende en volwassen ondernemingen. Startende ondernemers dragen wel op een andere manier het vaakst bij aan de mienskip.

Familiebedrijven dragen meer bij aan de mienskip (bij sponsoring 68 % en bij andere bijdrage 58%) dan niet-familiebedrijven (resp. 49% en 50%). Er lijkt dus een verschil te zijn tussen sociale en/of omgevingsimpact belangrijker vinden dan winst en/of groei en bijdragen aan de mienskip, mogelijk doordat positieve impact hebben op de samenleving breder wordt geïnterpreteerd dan bijdragen aan de mienskip.

40% procent van de ondernemers heeft oog voor inclusiviteit

Sociale inclusie gaat over mogelijkheden om mee te doen voor iedereen. 41% procent van de Friese ondernemers met personeel vindt dat alle medewerkers samen een afspiegeling van de samenleving zouden moeten zijn. Omdat zzp'ers in hun eentje geen afspiegeling van de samenleving kunnen vormen, zijn zij niet meegerekend in het percentage dat naar afspiegeling streeft. Grotere ondernemingen vinden vaker dat al de medewerkers samen een afspiegeling van de samenleving zouden moeten zijn. Groeiende bedrijven hebben iets vaker dan bedrijven in andere ontwikkelingsfasen het streven dat hun werknemers een afspiegeling van de samenleving zijn. Hetzelfde geldt voor niet-familiebedrijven ten opzichte van familiebedrijven.

Conclusie

De sterke mienskip is goed voor de economische prestaties van Fryslân. Omgekeerd vinden veel Friese bedrijven het maken van een positieve impact op de samenleving belangrijk. Het merendeel van de bedrijven sponsort regelmatig culturele en/ of sportevenementen of draagt op een andere manier bij aan de mienskip. Twee op de vijf Friese bedrijven heeft oog voor sociale inclusie en vindt dat alle medewerkers samen een afspiegeling van de samenleving zouden moeten zijn.

Verwijzingen

Beugelsdijk, Sjoerd & Ton van Schaik (2005). Social Capital and Growth in European Regions: An Empirical Test. *European Journal of Political Economy* 21, 301-324.

Bjørnskov, Christian (2012). How Does Social Trust Affect Economic Growth? *Southern Economic Journal* 78(4), 1346-1368.

Centraal Bureau voor de Statistiek (2025a). Regionale Monitor Brede Welvaart. <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/regionale-monitor-brede-welvaart/>

Centraal Bureau voor de Statistiek (2025b). Vrijwilligerswerk 2024. <https://www.cbs.nl/nl-nl/longread/rapportages/2025/vrijwilligerswerk-2024>

Economic Board Fryslân [Economic Board Fryslân](#) [Economic Board Fryslân](#)

Holt-Lunstad, Julianne et al. (2017). Advancing Social Connection as a Public Health Priority in the United States. *American Psychologist* 72(6), 517-530.

Planbureau Fryslân (2025). Monitor Sociale Samenhang. <https://planbureau.frl/monitoren/meedoen-en-vertrouwen-van-de-inwoners-van-fryslan/>

Planbureau Fryslân (2026). Wie is de (on)tevreden inwoner? Inzichten in Verschillen Tussen Ervaren Brede Welvaart in Fryslân. <https://planbureau.frl/wp-content/uploads/2026/02/2026-wie-is-de-ontevreden-inwoner.pdf?x80738>

Putnam, Robert D. (1994). *Making Democracy Work. Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton University Press.

Sociaal Cultureel Planbureau (2023). Sociale en Culturele Ontwikkelingen: Stand van Nederland 2023. <https://www.scp.nl/documenten/2023/04/14/sociale-en-culturele-ontwikkelingen-2023>

Colofon

Verantwoording van data
ondernemerspanel: [Panelonderzoek -
Planbureau Fryslân](#)

Auteurs

Ymko Braaksma, Siebren Kooistra en
Tonny Huisink

Mede mogelijk gemaakt door:
Provinsje Fryslân en FB
Oranjewoud



Planbureau Fryslân
Prins Hendrikstraat 8
8911 BK Leeuwarden

(058) 234 85 00
info@planbureau.frl
www.planbureau.frl

Planbureau Fryslân wordt gesubsidieerd door de provincie Fryslân.