

# Case Rataplan: Meer sociale impact met je data? Zo doe je dat!

7 min

Datavolwassenheids niveau

Beschrijver

Verzamelaar

Doelen

Bedrijfsvoering verbeteren

Maatschappelijke impact

Positionering

Themas

De mens en cultuur

Maatschappelijke impact

Stichting Rataplan telt 24 kringloopwinkels en beheert 48 bewaakte NS-fietsenstallingen verspreid over het hele land. Ze bevordert hergebruik van spullen, waarmee ze bijdraagt aan de circulaire economie. Daarnaast biedt Rataplan werk aan mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Dat zijn haar twee belangrijkste doelstellingen. Wij spreken directeur-bestuurder Gert-Jan Dekker en consultant Inge Dekker over de rol van data binnen Rataplan.

Wat doen jullie eigenlijk met data?

Gert-Jan: 'Die gebruiken we om onze twee belangrijkste doelstellingen te halen. Wij weten bijvoorbeeld hoeveel mensen er bij ons werken, uit welke doelgroepen zij komen en hoe lang ze al aan het werk zijn. Verder verzamelen wij data over producten. Welke spullen worden er ingeleverd en verkocht, hoeveel van deze spullen wordt hergebruikt en tot hoeveel reststromen leidt dit? Maar ook: wat voor type mensen haalt deze producten op?'

## Impact meten

De data wordt bij Rataplan verzameld in verschillende datamanagementsystemen, vervolgens wordt die geanalyseerd en vertaald naar informatie op de zogeheten 'massa-balans'. Gert-Jan: 'Een one-pager waarop de belangrijkste maatschappelijke impact wordt samengevat. Essentieel om te delen met gemeentes, om te lobbyen. Het laat namelijk zien wat de maatschappelijke meerwaarde is van onze diensten, en dat stimuleert ze om met ons samen te werken.'

**'Uiteindelijk is iedere inwoner van Nederland een belangrijke stakeholder'**

In gesprekken met wethouders toont Rataplan aan hoe belangrijk het is om in te zetten op hergebruik van spullen, en wat zij daarin kan betekenen. 'Maar we doen méér dan alleen impact maken op milieu. Zo kunnen we veel betekenen voor de arbeidsmarkt. Om dat aan te tonen zetten wij ook data in: we laten zien hoeveel mooie vormen van werk er in onze vestigingen plaatsvinden, en hoeveel mogelijkheden er bestaan als je werkt met mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.' Niet alleen gemeentes, maar ook andere stakeholders en samenwerkingspartners, zoals SW-bedrijven, afvalbedrijven en UWV bekijken en waarderen de data, aldus Gert-Jan. Zo weten zij waar zij met hun partnerschappen aan bijdragen. 'Uiteindelijk is iedere inwoner van Nederland een belangrijke stakeholder. Die wil immers dat zijn of haar spullen goed terechtkomen. Wij laten zien wat er met die spullen gebeurt en wat voor waarde wij toevoegen.'

Hoe ze trouwens die massa-balans maken? Inge: 'We laden de verschillende data in onze Excess-tool. Vervolgens gebruiken we 'gewoon' Power Pivot van Microsoft Excel om de data inzichtelijk in een dashboard te visualiseren. Met Excel kan je al hartstikke veel.'

## Benchmarken

Rataplan verzamelt, analyseert en gebruikt data op veel verschillende manieren. In de interne bedrijfsvoering verzamelt de stichting data om te gebruiken als

sturingsinformatie voor het management (denk aan Key Performance Indicators en informatie over Social Return on Investment). Daarnaast gebruikt Rataplan data om verschillende winkels te benchmarken en constant hun processen aan te scherpen. Zo vergelijken ze bij de stichting afvalpercentages per winkel om te zien welke winkels meer reststromen moeten opsplitsen. Deze data wordt naast publieke data van gemeentes gelegd, om verschillen tussen winkels te kunnen verklaren. Gert-Jan: 'In de ene winkel liggen spullen van hogere kwaliteit dan in de andere winkel. Dat is te verklaren door demografische verschillen tussen gemeenten of wijken.'

'Wauw, over drie maanden zit ik in de cockpit en zie ik die dashboards'

## Marketing en HR

Ook op het gebied van marketing analyseert Rataplan data, om te kunnen inspelen op het profiel van haar klanten. Via Google Analytics analyseert de commerciële afdeling wie de klanten zijn. Als het gaat om financiën en Human Resources wordt met software AFAS inzicht gebracht in data. Dan gaat het om informatie over de maandelijkse exploitatie per vestiging, of om SROI-cijfers. Die data is weer direct gekoppeld aan de massa-balans, doordat de informatie gelijk vanuit de bron, AFAS, in Excel wordt geladen. In gesprek met Gert-Jan en Inge wordt het 'geitenwollensokken imago' van kringloopwinkels maar weer eens ontkracht. Rataplan is een heel datagedreven organisatie, zo blijkt.

Wat houd je nu tegen om in de toekomst meer datagedreven te werken?

Gert-Jan: 'Niet veel. Gelukkig hebben wij een bepaalde schaalgrootte waardoor wij redelijk gemakkelijk kunnen doen wat we willen.'

Inge: 'Op sommige fronten zou ik graag dieper de data induiken. Ik denk hierbij aan informatie die wordt verzameld vanuit de klantenservice. Hoeveel wordt er aangemeld via het internet, wat gebeurt telefonisch? Die cijfers zijn nu niet makkelijk uit het

systeem te halen.'

Hoe neem jij je organisatie mee in datagedreven werken?

Inge: 'Het is belangrijk dat 'datagedreven werken' niet bij één persoon ligt binnen jouw bedrijf, maar bij mensen verspreid door de organisatie. Om lokale medewerkers mee te nemen in de data, gaan managers bij Rataplan met de directe leiding per winkel door de data heen. Door middel van interne nieuwsbrieven verspreiden ze de data van de massa-balans ook onder medewerkers, om te laten zien aan welke impact zij bijdragen met hun werk.'

Gert-Jan: 'Wij hebben het voordeel dat een aantal mensen in het bedrijf het ontzettend leuk vindt om in data te duiken, zoals Inge. Dat geeft een streepje voor. Ik denk dat er in ieder bedrijf wel zulk talent rondloopt.'

Heb je tips voor anderen om meer datagedreven te ondernemen?

Inge: 'Maak een draaiboek: wat vind je belangrijk, hoe wil je daar inzicht in hebben, en hoe leg je dat vast? Dat proces is de basis. Begin bij wat je eigenlijk wilt bereiken. Doe dit niet in je eentje, maar vorm een clubje binnen je onderneming.'

Gert-Jan: 'Het is belangrijk niet te snel te willen gaan. Je zult zien dat er een verkoper van een softwareprogramma langskomt die jou het eindplaatje laat zien. Dan denk je: wauw, over drie maanden zit ik in die cockpit en zie ik die dashboards. Maar dat gaat niet zo snel. Begin niet bij het eindplaatje, dan word je gek. Je moet kleine stappen nemen. Er wordt je iets voorgeschoteld waarvoor je een leger consultants nodig hebt.'

Inge: 'Dat is ons inderdaad eens gebeurd. Daarvan hebben we geleerd dat je eerst zelf naar de tekentafel moet: wat willen we precies weten? Pas dan kan je aan een externe partij aangeven wat je van hen verwacht. Ook is het cruciaal dat er iemand bij betrokken is die jouw bedrijf door en door kent. Je moet niet achteroverleunen en denken dat anderen het allemaal voor je gaan regelen. Als je dat doet, krijg je later nooit de goede informatie uit het systeem.'

Gert-Jan: 'Gewoon zelf beginnen en alles langzaam opbouwen. Dat heeft tijd nodig, maar laat je daar niet door afschrikken!'



Deze PDF is automatisch  
gegenereerd op basis van jouw  
selectie