

## Social Label

# Een platform met een missie

---

'Er ontstaat iets bijzonders als makers - met afstand tot de arbeidsmarkt- samenwerken met ontwerpers. Een mooi en waardevol product dat Social Label heet.' Aldus de website, waar ook de betreffende makers van lampen, kussens, jassen en schorten trots en zelfverzekerd poseren. En op de labels aan de producten staat 'Ik ben wat ik maak'. Social Label, opgezet door Petra Janssen en Simone Kramer, is veel meer dan een 'merk', het is een stichting met een missie: samenwerken aan een economie die de samenleving verbetert. Als platform verbindt Social Label bekende designers

en andere professionals aan zorgorganisaties, bedrijven, overheden, onderwijs, en culturele en maatschappelijke initiatieven. Zo tekende Piet Hein Eek het ontwerp voor enkele stoere producten die gemaakt, verhuurd en verkocht worden door makers zoals Reahly, Joshua, Martin en Jeroen in houtwerkplaats Woodworks in Tilburg, onderdeel van zorgorganisatie Amarant. En ontwerper Dick van Hoff ontwikkelde een productlijn op maat voor buurtbeheerbedrijf Cambio in Deventer, waar mensen die een steuntje in de rug kunnen gebruiken, de kans krijgen om werkend te leren. Zo

functioneert Social Label als katalysator voor een nieuwe houding en denkwijze ten aanzien van zorg, werk en leven. In de eigen woorden: 'Experimenteren om te komen tot meer groei en kansen. Met als sleutelwoorden empowerment, sociale interactie en betrokkenheid. Op weg naar de werkplaats nieuwe stijl die sociaal, creatief en zelfvoorzienend is.'

---



Buurtbeheerbedrijf Cambio is ontstaan vanuit de mensen in de wijk en vanuit de mentaliteit 'samen de schouders eronder'. Dat is terug te zien in hun actieve (wijk)aanpak en begeleiding.

Dick van Hoff: 'Hun inzet, drang om te realiseren, betrokkenheid en ondernemerschap inspireerden mij tot een ontwerp dat zichtbaar is vervaardigd met een ziel, met liefde en met duurzame gedachten.'



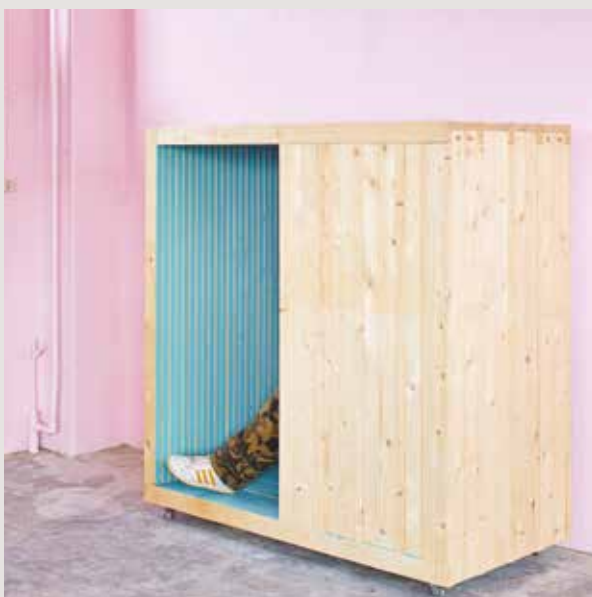
Serviesgoed gemaakt door Cello en Demarrage (Reinier van Arkel).  
'De ontwerper, psychiatrische patiënten en mensen met beperkingen kunnen veel aan elkaar hebben, van elkaar leren qua sfeer en levensinstelling.'

Keramiek is de drager, maar elk bord, elk kopje vertelt zijn eigen verhaal. Edwin Vollebergh ontwierp illustraties in tattoo-stijl gebaseerd op de levensverhalen van de makers zelf.



Het Werkwarenhuis wil een Doorstroomhuis zijn en biedt in samenwerking met WeenerXL, GGZ en Novadic Kentron werkervaringsplekken aan als gastvrouw/heer en horecaondersteuning.

Stephanie: 'Ik wil graag weer werken. Kijken wat ik kan gezien m'n energiepeil. Dus ik heb via de gemeente de vraag uitgezet en zo kom ik hier terecht. Ik vind het fijn om bij te dragen aan een mooie plek.'



Samen met de makers en de begeleiders van werkplaatsen ontwikkelt Social Label arbeid op maat en productielijnen. Product en werkstraat worden dus afgestemd op de mens in plaats van andersom.

Pauline, maker bij RIBW Brabant, Tilburg: 'Het is bijzonder om vanaf het begin betrokken te zijn en stap voor stap het proces mee te maken. Iedereen draagt iets bij in het maken van het product.'



Social Label bouwt stap voor stap aan een collectie van producten en breidt op die manier het netwerk van makers, werkplaatsen, ontwerpers en andere betrokken professionals steeds verder uit.

John van Kuijk, sectormanager werk en dagbesteding, Amarant groep: 'Juist voor onze medewerkers is het heel belangrijk dat ze iets maken wat ertoe doet, iets wat nut heeft en gewaardeerd wordt'.



Het Werkwarenhuis in een voormalige fabriek in Den Bosch fungeert als thuisbasis van de stichting, als winkel voor de producten van Social Label, maar ook als culturele en culinaire hotspot.

In Restaurant van Aken runt Jamie Adelmeijer een 'eigenwijze en experimentele wereldse keuken' met vooral veel groenten en kruiden. Ondersteund door medewerkers in een werkervaringsplaats.



Begin april, tijdens de internationale Design Week in Milaan, lanceerde de Social Label een Engelstalige publicatie over design als krachtig middel om de kijk op arbeid en samenleving te veranderen.

De publicatie is een pleidooi voor een nieuwe economie waarin de menselijke maat, vakmanschap en verbeelding op waarden worden geschat. En een oproep om mee te doen.