

N° **1**
februari 2018

UWV
magazine

Sociaal én commercieel: Het Appeltaart Imperium ■ De robot als werkhulp ■ Fred Paling: 'Je mag geen mensen afschrijven' ■ Social Label: winst is een middel, geen doel

**Sociaal
ondernemen**



MOREEL ONDERNEMEN IN TIJDEN VAN TWEEDDELING

DISCUSSEER MEE OP
uwv.nl/uwvmagazine

Een inclusieve economie, waarbij het woord 'sociaal' in de term 'sociaal ondernemen' overbodig is. Met dat als stip aan de horizon runnen ontwerpers **PETRA JANSSEN** en **SIMONE KRAMER** hun onderneming **SOCIAL LABEL**.

'SOCIAAL ONDERNEMEN IS EEN TREND. En dat is gevaarlijk', meent Petra. Een verrassende uitspraak voor iemand die zelf sociaal onderneemt. Maar: 'Voor mij is er geen verschil tussen ondernemen en sociaal ondernemen. Je onderneemt vanuit een intrinsieke motivatie en blijft dus dicht bij jezelf. Als je echt iets wilt betekenen voor de wereld, dan stel je dat centraal in je bedrijf en is winst een middel, geen doel op zich.'

'Het gevaar is dat een bedrijf werknemers met een afstand tot de arbeidsmarkt alleen maar inzet als goedkope krachten', vult Simone Kramer aan. 'Onder de noemer van mvo. Dan verliest een bedrijf de menselijke maat uit het oog. Terwijl wij juist de mens centraal stellen.' Petra en Simone spreken ook liever niet over sociaal, maar over moreel ondernemen.

Nieuwe kansen creëren via design

Hoe ziet moreel ondernemen eruit in de praktijk? Als Social Label hebben ze inmiddels voor twaalf sociale werkplaatsen productielijnen ontworpen. Kwaliteitsproducten die, in tegenstelling tot bijvoorbeeld vogelhuisjes, wél iets toevoegen. Producten die worden gebruikt én verkocht. En die zijn ontworpen door toonaangevende Nederlandse ontwerpers. Zoals Piet Hein Eek, bekend van zijn sloophouten

meubelen. 'Met Social Label laten we de kracht van creativiteit en design zien', aldus Simone. 'De tweedeling in de maatschappij tussen mensen die wel en mensen die niet kunnen meekomen wordt steeds groter. Via Social Label vinden mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt weer aansluiting bij de maatschappij. We maken hen deel van ons verhaal, ons netwerk. We creëren nieuwe kansen via design.'

De nieuwe economie

'Wij ontwerpen arbeid', omschrijft Petra Janssen. 'Sociale werkplaatsen kloppen bij ons aan en samen gaan we op zoek naar een product dat zij kunnen gaan maken. Daarvoor inventariseren we wat het management wil, wat de medewerkers zelf willen, wat ze kunnen, met wat voor materiaal ze werken. Vervolgens ontwikkelt een ontwerper een productlijn waarmee dat bedrijf aan de slag kan. We gaan nadrukkelijk voor kwaliteit. Daardoor zijn de mensen die deze producten maken echt trots op hun werk.'

Simone Kramer: 'Hiermee hebben we een nieuwe methode gevonden om anders over werk na te denken. We faciliteren ambachtelijk werk op het hoogste niveau. Dat gaat dus veel verder dan bezigheids-therapie. We laten de producten bijvoorbeeld ook op beurzen en exposities zien. En twee werkplaatsen zijn met ons meegegaan naar de grootste meubel- en designbeurs ter wereld in Milaan. Daar



Petra Janssen (links) en Simone Kramer



**Designproducten
gemaakt door Social
Label-medewerkers**

Nederland. Dit gaat veel verder dan mvo. En daarbij ben ik heel benieuwd naar de rol die gemeenten en UWV hierbij kunnen spelen als het gaat om het matchen van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt en ondernemingen. Want dat is nog wel eens lastig.' Onderzoeker Aukje Smit, gespecialiseerd in sociaal en inclusief ondernemen, diversiteitsbeleid en sociale innovatie, is dit matchingprobleem al vaak tegengekomen in de praktijk. 'De overheid, en dan met name gemeenten, maken sociaal ondernemen niet altijd makkelijk.' Daarmee doelt zij op de instroom van mensen bijvoorbeeld sociale ondernemingen. 'Dit gaat vaak moeizaam. Decentralisatie en de uitvoering van de Participatiewet gebeurt in elke gemeente anders. Daar lopen gewone bedrijven al tegenaan. En sociale ondernemingen helemaal, omdat het maken van die match hun corebusiness is: zij zijn afhankelijk van die instroom.' Volgens Smit is 't het bekende verhaal: gemeenten hebben nog onvoldoende in kaart wat mensen met een uitkering kunnen en willen. 'Daarom kunnen gemeenten niet snel genoeg de juiste mensen aanleveren.' Door dit op orde te brengen, zijn sociale ondernemingen enorm geholpen.

Zeggen versus doen

'Maar de overheid kan ook op een andere manier helpen om een positieve impact te maken', vervolgt Aukje Smit. 'Namelijk door klant te worden van sociale ondernemingen. De overheid zegt steeds vaker dat zij die wil ondersteunen. Dat staat zelfs in het regeerakkoord. Maar in de praktijk blijken onder andere gemeenten en provincies toch vaak huiverig en doen ze veel te weinig. Dat heeft soms met de aanbestedingsregels te maken, waaraan sociale ondernemingen niet kunnen voldoen of waarbij maatschappelijke meerwaarde niet meetelt. Daar is dus nog een wereld te winnen. Toegegeven, het is ingewikkeld, maar ook een kwestie van willen.'

Lastig te financieren

Een ander struikelblok voor sociale ondernemingen kan de financiering zijn. 'Sociale ondernemingen zijn per definitie bedrijven voor wie geld verdienen niet het hoofddoel is, maar een middel om maatschappelijke meerwaarde, of impact, te creëren. Vaak zijn banken minder bereid om dit soort ondernemingen te financieren dan commerciële bedrijven. Het duurt dus in de regel langer voordat een sociale onderneming volledig tot bloei komt. Zij moeten het vooral hebben van alternatieve partijen, zoals fondsen.'

Hard werken

Gevraagd naar de hobbels die Petra Janssen en Simone Kramer op hun weg zijn tegengekomen, geven ze geen concreet antwoord: 'Wij zijn creatieve ondernemers, we lossen problemen allemaal zelf op. Als ontwerpers denken we out of the box.' Ze lijken te willen zeggen dat sociaal of moreel ondernemen misschien soft klinkt, maar toch echt goed ontwikkelde ondernemersvaardigheden vergt. Aukje Smit bevestigt dat: 'Als je geen echte ondernemer bent, lukt het je niet om een sociale onderneming op te bouwen. Met een sterke motivatie alleen red je het niet. Een sociale onderneming runnen is, net als een regulier bedrijf, keihard werken.'

www.sociallabel.nl

hebben de werknemers zelf aan de pers en het publiek dit verhaal verteld. Overigens, over therapie gesproken: psychisch en psychiatrisch hulpverleningsorganisatie Reinier van Arkel uit Den Bosch is een van onze samenwerkingspartners. Een van hun cliënten die via Social Label servies maakt, zei onlangs dat dat therapeutisch werkt: 'Ik hoef nu niet meer naar de psycholoog.' We zorgen dus voor extra besparingen in de zorg. En zo zou de hele nieuwe economie eruit moeten zien: zorgen voor elkaar.'

Veilige omgeving

Social Label wil elk jaar twee nieuwe samenwerkingen aangaan. Nu is dat voor het eerst met een commerciële partij, uit Helmond. Kramer: 'Een bevlogen directeur heeft contact met ons gezocht. Die wil een productlijn van Social Label aan zijn bedrijf toevoegen.' 'Het interessante en moeilijke daarbij', vindt Petra Janssen, 'is dat ze hiervoor vooraf jonge schoolverlaters in dienst nemen, zonder dat ze weten wat voor product Social Label gaat ontwerpen. Wij stemmen dat product dus volledig af op die mensen in plaats van andersom. Zo kunnen we echt een omgeving creëren waar zij zich veilig voelen.' Kramer: 'Wij hopen van harte dat deze pilot navolging krijgt in heel

Commercieel en toch sociaal

Bedrijven die geen sociale onderneming zijn maar wel maatschappelijke impact willen creëren kunnen dat op verschillende manieren. Aukje Smit noemt twee voorbeelden: door klant te worden van sociale ondernemingen en/of door zelf mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt in dienst te nemen. Haar advies: 'Begin klein, met één medewerker. Match zorgvuldig, vraag hulp van een Werkgevers-Servicepunt van UWV of De Normaalste Zaak, en ga in gesprek met collega's in de regio en leer van hun ervaringen.'



De medewerkers van de productlijn >KLUIS in de werkplaats van Weener XL, werk- en ontwikkelbedrijf van de gemeente 's-Hertogenbosch.