

DE SOCIALE ECONOMIE

IEDEREEN AAN BOORD

Start-ups die vluchtelingen of mensen met een beperking inschakelen, eetplekken met personeel uit kansengroepen: de sociale economie zit in de lift. “Commercie en goed doen voor de samenleving gaan tegenwoordig hand in hand.”

*Tekst Claudia Crovato, Wim Denolf & Amélie Rombauts
Foto's Wouter Van Vaerenbergh*

Sociaal en lokaal” is het motto van Villa Ooievaar in het park Vyncke-Bovyn in Gent. De vzw Kompas, die in de Sint-Pietersabdij al het museumcafé uitbaat, opende er in december een stijlvol lunchrestaurant dat bemand wordt door mensen met een mentale beperking. Talina is dan weer een jong Belgisch merk van hibiscusdrankjes, vervaardigd door mensen met een mentale of fysieke beperking in een beschutte werkplaats in Borgworm. En Tomorrowland werkt voor de opruiming en recuperatie van achtergelaten kampeerspullen samen met Ecoso, een maatwerkbedrijf voor kansarme arbeids-

krachten dat acht kringwinkels uitbaat. De sociale economie boomt, bevestigt Kaat Peeters, directeur van de Sociale InnovatieFabriek, de organisatie die ondernemerschap ten voordele van maatschappelijke uitdagingen promoot en ondersteunt. “Start-ups zijn tegenwoordig vaak inclusief ingesteld: een diverse groep van werknemers aantrekken en werk bieden aan kwetsbare groepen die niet of nauwelijks terechtkunnen in het gewone circuit. We zien almaar meer initiatieven die kansen willen geven aan mensen die langdurig ziek waren, die een verslavingsverleden hebben of met een andere arbeidsbeperking kampen, in plaats van hen in een hokje apart te zetten.”

Ondernemers in de sociale economie hebben geen specifiek profiel, zegt Peeters: “Het gaat om warmhartige mensen die willen ondernemen en ondertussen goed willen doen voor de samenleving. Het is een heel diverse groep. Wel hebben velen al de nodige werkervaring en zijn ze op een punt in hun leven gekomen dat ze maatschappelijke impact willen hebben.” Inclusieve ondernemers moeten vertrouwd raken met de wetgeving en organisaties ter zake, en wellicht ook de werkplek, de productiemethoden en de taakverdeling herdenken. Ook persoonlijke ervaringen met mensen uit kansengroepen spelen vaak een rol, merkte Peeters: “Denk aan ondernemers





Verwencafé Het Idee wordt bijna volledig gerund door mensen met een verstandelijke beperking, zoals Laurens (29).

die een familielid met een beperking hebben en verontwaardigd zijn over de muren waarop hij of zij botst. Sommigen willen het heft in eigen handen nemen en zelf aan verandering werken, bottom-up. Dat past ook in de tijdgeest. Vroeger keken mensen naar de overheid om maatschappelijke problemen aan te pakken, nu denken we sneller: wat kan ik zelf doen? Dat zie je ook in de klimaatkwestie, waarbij burgers zelf de bal aan het rollen willen brengen.”

MENSEN MET IMPACT

Ook aan consumentenzijde groeit de belangstelling voor de sociale economie. Zo hebben malversaties van banken, autoconstructeurs en voedselbedrijven ons de

voorbij jaren wantrouwer gemaakt tegenover het gevestigde bedrijfsleven en tegenover winst om de winst. Ook de maatschappelijke opbrengst van ondernemerschap is belangrijk geworden, schreef de Nederlandse afdeling van consultingbedrijf PwC vorig jaar in een studie naar het succes van sociale ondernemingen. Ons koopgedrag verandert mee, zegt Peeters: “Consumenten willen zoveel mogelijk faire, duurzame en sociaalvriendelijke producten. Weten dat je accessoire gemaakt is door mensen die anders weinig kansen hebben op werk bijvoorbeeld: dat voelt goed. Een soortgelijke verschuiving zie je in de statussymbolen en de helden waar we naar opkijken: een dure auto be-

wonderen we niet meer, mensen die maatschappelijke impact hebben wel.”

De recente aanpassing van de vennootschapswet, waardoor vzw’s als zorgaanbieders en maatwerkbedrijven nog meer ondernemend te werk kunnen gaan, is volgens Peeters alvast een goede zaak. “Ondernemen en goed doen voor de samenleving gaan tegenwoordig hand in hand, daar draait het om in de sociale economie. Idealisme en pragmatiek vinden elkaar: sociale ondernemers beseffen meer dan ooit dat ze een duurzaam businessmodel nodig hebben om hun noble bedoelingen te realiseren. Inclusief ondernemen is goed, maar zonder een gezond bedrijf staat je doelgroep op termijn in de kou.”

HET IDEE

Kortrijk

Het Idee is een verwencafé in winkelcentrum Ring Shopping en wordt bijna volledig gerund door een twintigtal mensen met een verstandelijke beperking. Het werd geopend in november 2018 door De Branding, de organisatie die hen ondersteunt.

Dominique De Vos, mede-initiatiefnemer: “Dankzij aangepaste werkmethoden en hulpmiddelen, zoals een menu met pictogrammen en een aangepaste kassa, werken onze werknemers bijna volledig zelfstandig. Het Idee is er dus niet enkel vóór hen, maar is ook ván hen. De bediening is wat trager, maar dat begrijpen de meeste klanten wel. Gezel-

igheid en vriendelijkheid zijn ook belangrijk, en dat biedt ons personeel met hopen. Consumenten staan tegenwoordig ook open voor initiatieven als het onze. Organisaties als De Branding geven mensen met een beperking meer dan vroeger een zichtbare plaats in de samenleving, maar omgekeerd vindt die buitenwereld ook makkelijker de weg naar ons. Dat is logisch, nu allerlei minderheden hun plaats opeisen en mensen inzien dat anders zijn ook goed is. Onze laagdrempelige ligging en de open keuken onderstrepen die inclusiviteit: we zijn een zaak tussen vele andere.”

Ringlaan 34, 8500 Kortrijk.
debranding.be/nl/het-idee



Darell (25) bedient de klanten in Het Idee.

MULIERIS

Anderlecht

De werknemers van confectieatelier Mulieris hebben allen een migratieachtergrond. Het bedrijf startte in 2005, geeft jaarlijks twintig mensen werk en produceert onder meer voor Christian Wijnants en Mosaert, het label van Stromae.

Rachida Lazrak, atelierhoofd: “We nemen mensen aan zonder rekening te houden met hun oorsprong, cultuur of talenkennis. Zolang ze maar goed kunnen naaien. Wellicht beheersen ze het Nederlands niet van dag één, maar ik ben ervan overtuigd dat ze in het atelier sneller bijleren dan in gelijk welke cursus. Alles draait om motivatie, en die is bij hen bijzonder groot. Ze hebben stuk voor stuk afgezien om hier te raken, dat scheidt ook een band. Vaak hoor ik werknemers tijdens de pauze samen lachen en verhalen delen. Velen vinden na hun periode bij Mulieris een job op de traditionele arbeidsmarkt. Sommigen gaan aan de slag bij een styliste, anderen in de haute couture. Zo werken twee van onze naaisters nu bij Natan. Zelf leer ik ook elke dag bij. Werken met deze mensen verrijkt me, zowel cultureel als professioneel.”

mulieris.be



Mulieris biedt werk aan mensen met een migratieachtergrond en produceert onder meer voor Mosaert, het label van Stromae.



65 DEGRÉS

Brussel

65 degrés is een gastronomisch restaurant op de Louizalaan dat in september 2018 openging. Van de twaalf werknemers hebben er negen het syndroom van Down of een andere mentale beperking.

Valentin Cogels, medeoprichter: “Mensen met een beperking worden vaak geassocieerd met kleinschalige werkplaatsen die eenvoudige, goedkope producten maken, maar ze functioneren net zo goed in een veeleisende sector als de onze. Dat kunnen we alleen maar aantonen door topkwaliteit aan te bieden en net zoals andere luxerestaurants te mikken op een welgesteld publiek en een *high profile* locatie. We hebben

met Nicolas Titeux bewust gekozen voor een chef die zowel op technisch als op menselijk vlak het juiste profiel heeft, maar de handicap van ons personeel is geen reden om minder ambitieus te zijn. Klanten hoeven hun verwachtingen bij ons ook niet bij te stellen: met 39 euro voor een driegangsmenu op hoog niveau is onze prijs-kwaliteitsverhouding uitstekend, en ook de bediening is bovengemiddeld, want onze werknemers zijn dubbel zo gemotiveerd. Onze drijfveer is eenvoudig: we zijn alle vier de veertig gepasseerd en verwend door het leven – we willen ons inzetten voor mensen die doorgaans minder kansen krijgen.”
Louizalaan 173, 1000 Brussel.
65degres.be

Mademba (20) verzorgt mee de bediening in 65 degrés.





Mivas in Lier, een van de ateliers die de armbanden van Gemini vervaardigen.

KIEBOOMS

Antwerpen

Het voormalige muziekcafé Kiebooms heropende in december 2018 als restaurant en stelt nu ruim vijftien vluchtelingen te werk, onder meer Afghanen, Syriërs en Eritreeërs. De zaak is de jongste aanwinst van sociale onderneming Het Rekreatief.

Joeri Arts, directeur van vzw Het Rekreatief: “Als een van onze werknemers weggaat, is het feest. Dat is immers ons doel: werk en opleidingsmogelijkheden bieden aan mensen met weinig slaagkansen op de arbeidsmarkt, en zo hun doorstroming naar de privésector mogelijk maken. Die permanente uitstroom is een uitdaging, want

het zijn altijd je beste krachten die het eerst werk vinden, terwijl een goed draaiende horecazaak stabiliteit vergt. Succes en een gezonde business zijn ook nodig, want anders zakt alles in elkaar en kunnen we niemand meer helpen. In die zin verschilt wat wij doen enorm van de privésector, waarin ik ook jarenlang gewerkt heb. Daar heb je een duidelijke missie en welomschreven targets, hier draait alles om mensen en staan al je keuzes in functie van hen. Een complexe oefening, maar ook fantastisch om te doen als je kijkt naar de impact. Ik kan oprecht zeggen dat mijn werk me gelukkig maakt.”

De Coninckplein 18, 2060 Antwerpen.
kiebooms.be, rekreatief.be

GEMINI

Gemini werkt voor de vervaardiging van zijn armbanden in natuursteen samen met drie sociale werkplaatsen en biedt zo werk aan een tachtigtal mensen met een mentale of fysieke beperking: in het dagactiviteitencentrum Basis in Hasselt, maatwerkplaats Mivas in Lier en de sociale schrijnwerkerij Nekto in Soignies.

Arne Schelkens, eigenaar en zaakvoerder: “Noem het geen filantropie, het is *social business*, een sociaal project dat economisch geïnspireerd is. Door samen te werken met sociale werkplaatsen die door de overheid gesubsidieerd worden, kan ik een kwalitatief hoogstaand en in België handgemaakt product aanbieden op de internationale markt voor een competitieve prijs. Tegelijk kan ik mensen met een beperking aan een job helpen die hun de uitdaging biedt die ze nodig hebben. Ze worden uit hun isolement gehaald en zijn enthousiast, trots en enorm betrokken. Iedereen wint dus, wat totaal niet het geval is bij productie in lagelonenlanden. Toch hangen we dat sociaal ondernemerschap niet aan de grote klok bij de consument. Een goed doel verkopen, daarop kun je geen tien jaar lang je marketing bouwen. Wel op kwaliteit en esthetiek, en dat is wat deze ateliers mij bieden.”



Mohammed (28) vluchtte uit Afghanistan en werkt nu in Kiebooms.