

# SOCIAL LABEL SOCIO ECONOMICS

BY  
SIMONE KRAMER  
PETRA JANSSEN





"We willen de wereld socialer  
en mooier maken,  
samen bouwen aan een  
inclusieve  
collectie & community."

"Samen delen, de koek is nooit op."



# WAT



Oswin - keramiektalent van Artenzo  
(werkplaats Amarant voor mensen  
met een beperking)- toont vol trots  
zijn handgedraaide vazen.

## **Wat is social label?**

Verbinding van topontwerpers met mensen met grote afstand tot de arbeidsmarkt voor nieuw werk.

De designproducten worden samen gemaakt, gepresenteerd en verkocht in Nederland en in de wereld. Socio economics.


## **Doelstelling van de aanvraag**

Zelfvoorzienend worden, efficiënte en effectieve social enterprise neerzetten die haar missie weet vorm te geven.



# MISSIE

Vanuit design en kunst de wereld mooier en beter maken. Mental shift naar een inclusieve arbeidsmarkt en een nieuw businessmodel voor participatie en werkcreatie in de maakindustrie. Over tien jaar is dankzij Social label inclusief denken en werken normaal: iedereen mag er zijn en meedoen. Het moet uiteindelijk een nieuwe solidariteit opleveren.

A large, vibrant bouquet of flowers is arranged in a white ceramic vase. The bouquet includes a variety of flowers such as pink lilies, blue delphiniums, red gerberas, and small white and pink blossoms. The vase is a simple, rounded design with a small handle. The background is a dark, textured wall, possibly made of stone or brick.

Social label >VAAS is een bijzondere cocreatie van Oswin en ontwerper Roderick Vos. Arbeid als product voor mooi en gewaardeerd maatwerk.

# INDEX

P 06	<b>Maatschappelijk opgaaf</b>	P 25	<b>Unieke bijdrage Social label</b>
P 06	<b>Idealisme</b>	P 26	<b>Waardecreatie</b>
P 07	<b>Focusgroep</b>	P 27	<b>Geschiedenis</b>
P 08	<b>Hoe</b>	P 28	<b>Organisatie nu</b>
P 09	<b>Communicatiedragers</b>	P 29	<b>Groeimodel</b>
P 10	<b>1. Labels</b>	P 30	<b>Organisatie groeimodel</b>
	Collectie	P 31	<b>3 jaren plan geografisch</b>
	Community	P 32	<b>3 jaren plan Groeistrategie</b>
	Product roadmap	P 33	<b>Kostenstructuur</b>
	Prijsbeleid	P 34	<b>Stakeholders</b>
P 17	<b>2. Winkel en werkplaats</b>	P 35	<b>Stakeholders labels</b>
	Doorstroomhuis	P 36	<b>Merk en verkoop strategie</b>
P 20	<b>3. Landelijk platform</b>	P 37	<b>Doelen na groeifase</b>
	Systeemverandering		
	Nieuw systeem ontwerpen		

"Gewoon doen,  
uitdragen,  
voorleven en  
laten voelen  
en zien, zo dat  
anderen het  
begrijpen  
en overnemen."

Petra & Simone





Marcel schildert de meubels van Social label >HOUT

## MAATSCHAPPELIJK OPGAVE

De groeiende tweedeling in de maatschappij waardoor mensen worden buitengesloten van de arbeidsmarkt.

## IDEALISME

Een inclusieve wereld ontwerpen door een omgeving te bouwen waarin mensen liefdevol samenwerken aan waardevolle designproducten en daar waardering voor ontvangen in geld of natura.

Primaire doelstelling initiatiefnemers gebaseerd op idealisme en solidariteit, ipv basisinkomen > basiskansen voor iedereen.



## FOCUSGROEP

Alle mensen met arbeidsvermogen die tussen wal en schip vallen en aangewezen zijn op eenvoudig handarbeid.

Het is een hele diverse groep: drop-outs, mensen met een arbeidsbeperking, langdurig werklozen, ex-gedetineerden, mensen met een burn-out of een taalachterstand, etc. Men is werkzaam in werkplaatsen bij arbeidsmatige dagbesteding, het SW-bedrijf, een sociale onderneming of commercieel bedrijf.

Joshua houdt van maken, of het nu elektrotechniek is of houten meubels. Hij is een van de makers van Social label >HOUT ism Piet Hein Eek







Makers - Hendrie, Bijan, Gerrit- van De Verbinding BV (fabriek waar dove mensen werken) tonen hun prototype Social label >STILL, de stiltekast ism architect Haiko Meijer (Onix).

## HOE?

Social label ontwikkelt designproducten op maat die vervolgens door werkplaatsen worden gemaakt, gepresenteerd en verkocht waardoor kwetsbare mensen worden betrokken.

Vanuit deze basis betrekken we de omgeving via drie communicatiedragers:

- 1 Social label productlijnen (labels)
- 2 Winkel en werkplaats (werkwarenhuis)
- 3 Landelijk Platform (debat en onderzoek)







Product is the key  
Social label Collectie

# COMMUNICATIEDRAGERS

## 1 LABELS

### **Social label productlijnen**

Ontwikkelen van aantrekkelijke design producten met topontwerpers voor werkplaatsen. Het product moet aansluiten bij de (ontwikkel)mogelijkheden van de doelgroep. De aanpak is maatwerk / een co-creatie met betrokken partijen.

Social label stelt een duurzame designcollectie samen van internationale uitstraling. Alle productlijnen sluiten op elkaar aan. Het uitgangspunt is het vullen van 1 huis. Je koopt de bezem voor het leven.



# COLLECTIE & COMMUNITY

Het uitgangspunt is het vullen van 1 huis.  
Er is geen concurrentie tussen de werkplaatsen.



## >HOUT

1x tafel  
1x bank  
1x spreekgestoelte  
1x bar  
1x loungebank



## >VEEG

1x bezem



## >MASK

2x zitkussens  
2x sierkussens



## >SCHORT

1x regenjas  
1x schort



## >STILL

stillekast-zitmeubel  
1x eiken  
1x vuren



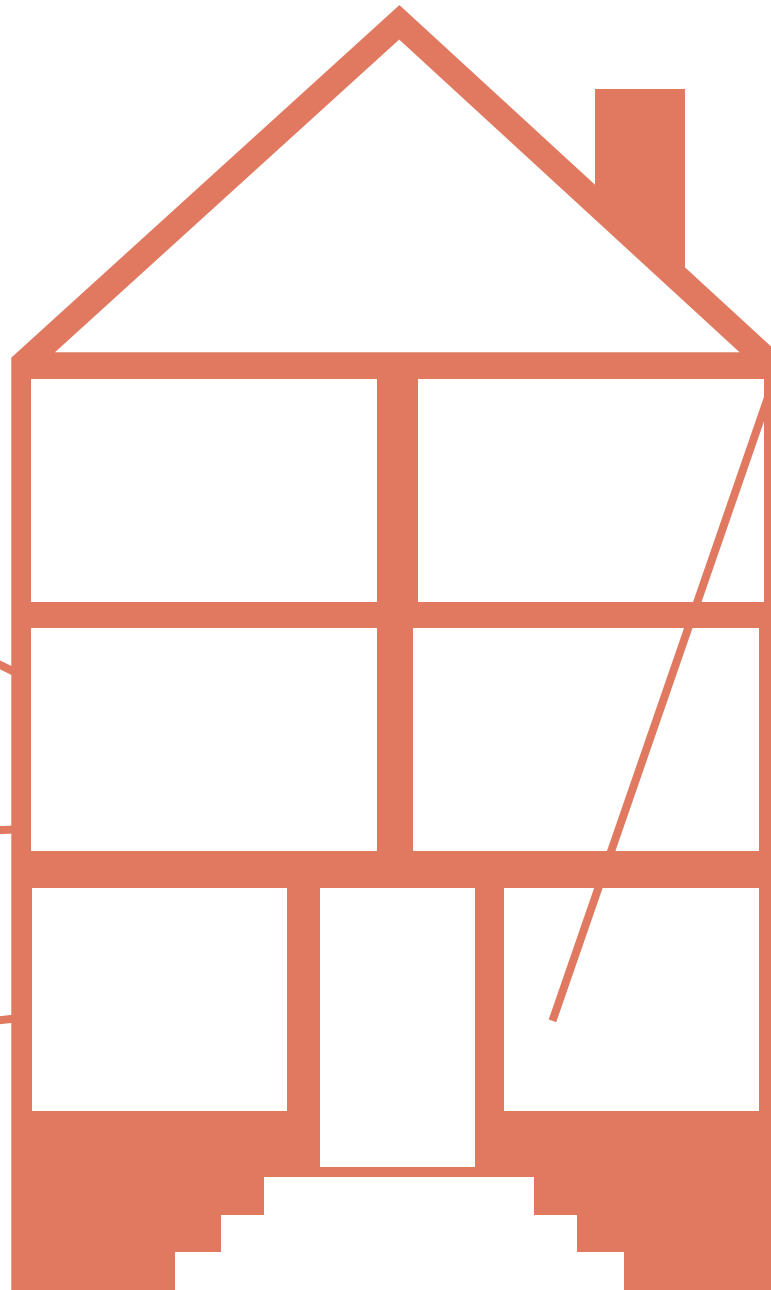
## >VAAS

7x unieke vazen  
(slow design)  
1x industrial



## >KOM

12 delig  
verhalend servies







## 2013>HOUT

**Plet Hein Eek** ism Woodworks, Tilburg  
*arbeidsmatige dagbesteding voor mensen  
 met complex gedrag*



## 2014>VAAS

**Roderick Vos** ism Artenzo Tilburg  
*creatieve dagbesteding voor mensen met  
 een beperking*



# COLLECTIE



## 2014>STILL

Haiko Meijer ism De Verbinding BV,  
Groningen  
*Social firm waar doven mensen werken*



## 2014>MASK

Marc Mulders ism Artenzo Tilburg  
*creatieve dagbesteding voor mensen met  
een beperking*

# COLLECTIE



## 2014>VEEG

Dick van Hoff ism Cambio,  
Deventer

*buurtbeheerbedrijf waar schoolverlaters, daklozen en ex-verslaafden werken*



## 2015>KOM

Edwin Vollebergh ism Cello en  
Demarrage/Reinier van Arkel Den Bosch

*creatieve dagbesteding voor mensen met  
een beperking en kwetsbare groepen*

PRESENTATIE Dutch Design Week Eindhoven 2015



## 2015>SCHORT

Borre Akkersdijk ism Citydwellers &  
aanval op schooluitval Z-O brabant, eindhoven  
*maak-atelier voor allochtone vrouwen, ROC Onderwijs  
Grondstof de Waard Tenten*

PRESENTATIE Dutch Design Week Eindhoven 2015



# COMMUNITY



## 2013>HOUT

**Plet Hein Eek** ism Woodworks, Tilburg  
arbeidsmatige dagbesteding voor mensen met complex gedrag



## 2014>VAAS

**Roderick Vos** ism Artenzo Tilburg  
creatieve dagbesteding voor mensen met een beperking



## 2014>STILL

**Haiko Meijer** ism De Verbinding BV, Groningen  
Social firm waar doven mensen werken



## 2014>MASK

**Marc Mulder** ism Artenzo Tilburg  
creatieve dagbesteding voor mensen met een beperking



## 2014>VEEG

**Dick van Hoff** ism Cambio, Deventer  
buurtbeheerbedrijf waar schoolverlaters, daklozen en ex-verslaafden werken



## 2015>KOM

**Edwin Vollebergh** ism Cello en Demarrage/Reinier van Arkel Den Bosch  
creatieve dagbesteding voor mensen met een beperking en kwetsbare groepen



## 2015>SCHORT

**Borre Akkersdijk** ism Citydwellers & Aanval op schooluitval Z-O brabant, eindhoven  
maak-atelier voor allochtone vrouwen, ROC Onderwijs

# PRODUCT ROADMAP

## PEOPLE

### Ontwerpen van Arbeid

- Oriëntatie-gesprekken, bezoek werkplaats, partners samenbrengen
- Selectie en afstemming ontwerper

## PROCES

### Ontwerpen van Community

- Bezoek werkplaats, kennismaking met ontwerper
- Opstellen plan van aanpak, afstemmen met samenwerkingspartners
- Begeleiding en ontwerp op maat iom ontwerper en werkplaats

## PRODUCT

### Ontwerpen van product

- Prototyping, workshop en instructie ism werkplaats
- Productie- en verkoopprognose maken, prijzen bepalen en begeleiding en eindcontrole product iom ontwerper

## PODIUM

### Ontwerpen van communicatie

- Art-direction social label; fotografie makers, begeleiders en product interviews, tekst/redactie diverse uitingen
- Ontwerp en dtp verkoopproductfolder in Social label-huisstijl
- Presentatie product ism werkplaats, persbericht naar (inter)nat. netwerk
- Social label productlijn publiceren op website [www.sociallabel.nl](http://www.sociallabel.nl) en social media
- Productpresentatie i.s.m. werkplaats
- Perscontact/persbericht naar (inter)nationaal netwerk

## ALGEMENE VOORWAARDEN

De jaarlijkse licentiebijdrage voor deelname aan het Social label-netwerk, gebruik merk en onderdeel corporate campagne (o.a. site, social media, nieuwsbrieven) is € 2.500, te betalen het eerste kalenderjaar na ontwikkeling. Social label, ontwerper en werkplaats delen samen en kunnen alle drie verkopen.

De productie ligt bij de werkplaats. Afspraken over inkoop, presentatie en verkoop worden in licentie vastgelegd. Het verdienmodel is gebaseerd op 100% verkoopprijs - 50% inkoopprijs - 5% royalty ontwerper en 5% Social label = 40% verkoopopbrengst voor verkoper zijnde ontwerper, werkplaats of Social label.

Social label verzorgt het Social royalty contract met de ontwerper - zijnde 5% van de productomzet (bruto verkoopprijs)- om afspraken rond het ontwerp te regelen en het sociaal doel te borgen. Dit contract en de licentie zijn ontwikkeld i.s.m. BNO (Beroepsvereniging Ned. Ontwerpers) om de ontwerprechten en onderlinge afspraken te borgen.



# PRIJSBELEID

## INKOOP

Vaste afspraken over inkoop- en verkoopprijzen met deelnemende werkplaatsen (licentiehouders)  
Dit is excl inpakken en vervoer (zie distributie)

## VERDIENMODEL

### ZORG- EN MAATSCH ORGANISATIES (SLOW DESIGN)

Productverkoop Slow design Nederlandse markt via

1. Gekoppelde ontwerper
2. Deelnemende werkplaats/organisatie (licentiehouder)
3. Social label (webwinkel, events, werkwarenhuis)

Uitgaande van 100% verkoopprijs ex  
50% inkoopprijs ex  
– 5% royalty ontwerper en 5% Social label  
= 40% verkoopopbrengst

### SOCIAL FIRMS EN COMMERCIELE BEDRIJVEN (INDUSTRIAL DESIGN)

Bij 'industrials' co creatie met bedrijven maatwerkafspraken afhankelijk van voorinvestering (mal) en distributienetwerk



Oude fietsframes worden opnieuw hergebruikt voor een zelfgemaakte schoonmaakcollectie Social label>VEEG ism Dick van Hoff.





## 2 WERKWARENHUIS

**Winkel en Werkplaats** op Tramkade (voormalig terrein van De Heus/Koudijs) in de Spoorzone van Den Bosch. Eenaantrekkelijk fysiek ontmoetingspunt om het gedachtegoed zichtbaar te maken en voor te leven. Hier zijn de producten te bezichtigen en te koop. Van hieruit worden ook events georganiseerd. Onderdeel van het Werkwarenhuis is de Werkplaats 3.0.

**Ontwerpend lab** voor de inclusieve arbeidsmarkt in co-creatie met Bossche partijen als showcase voor Nederland. Een 'tussenruimte voor mens-en werk-ontwikkeling', tussen de zorg en het commerciële bedrijf in.





Petra: "We transformeren de voormalige werkplaats van veevoederfabriek De Heus/ Koudijs tot Werkwarenhuis, winkel en werkplaats." Simone: "Een aantrekkelijke community plek waar we samen met partners nieuwe oplossingen ontwikkelen voor werk en samenleven."

Transitie 1 - Werkwarenhuis  
Tramkade spoorzone Den Bosch  
29 mei 2015



### **Doorstroomhuis**

Winkel/werkplaats als tussenruimte voor mens-en werkontwikkeling voor variatie en doorstroom

Samenwerking met WeenerXL voor halfjaarlijkse werk/leer-trajecten. De mensen zijn hier trots op zichzelf en datgene wat ze maken en kunnen weer aansluiting vinden in de samenleving, op de arbeidsmarkt.





arbeidsmatige dagbesteding

Werken op locatie

Bemiddeling bij werkgever

Interne werkplek

Geen interventie (zelfredzaam)

Uitzenden

Dagbesteding

Werkbedrijf

individuele detachering

Groepsdetachering

Participatieladder

lage loonwaarde -----> hoge loonwaarde (FINANCIEEL)

geïsoleerd > soc contacten > deelname aan georganiseerde act. > (on)betaald werk met ondersteuning > betaald werk (MAATSCHAPPELIJK)





Jadwiga giet de keramieken  
kronen voor Social label  
>VAAS ism Roderick Vos

### 3 LANDELIJK PLATFORM

#### Debat en onderzoek

Stakeholders/experts uit alle disciplines, de beste mensen, erbij betrekken voor debat over de rol die design thinking/verbeelding speelt bij nieuwe oplossingen voor werk en participatie.

- Ronde Tafels ism ontwerpers, ondernemers, beleidsmakers en maatschappelijke partners zoals Liliane fonds, WeenerXL
- Events en debat zijn gekoppeld aan praktijkgericht sociaal innovatief onderzoek uitgevoerd door onderzoeksexpert inclusieve arbeidsmarkt Aukje Smit (voormalig TNO)

#### Events

Publiek betrekken via (product)presentaties, events en strategische storytelling.  
Podium bouwen met diverse activiteiten zoals:

- Do Good Market met social en local goods i.s.m. stichting Divers en maatschappelijke organisaties
- Publiekscolleges over solidariteit ism prof. sociale wetenschappen Arie de Ruijter, UvT
- Werkwarenhuis (Den Bosch), Dutch Design Week (Eindhoven), Inside Design (Amsterdam)
- Maakfestival Pleisterplaats (voorheen Huttenfestival de Vlek Tilburg spoorzone 2011)



Thuisbasis  
Werkwarenhuis SocialLabel  
Spoorzone Den Bosch Tramkade 20







Publiekscollege "solidariteit"  
Prof Arie de Ruiter Universiteit Tilburg  
Directeur NCDO, Amsterdam

Werkwarenhuis SocialLabel  
Spoorzone Den Bosch Tramkade 20

## 3 PLATFORM

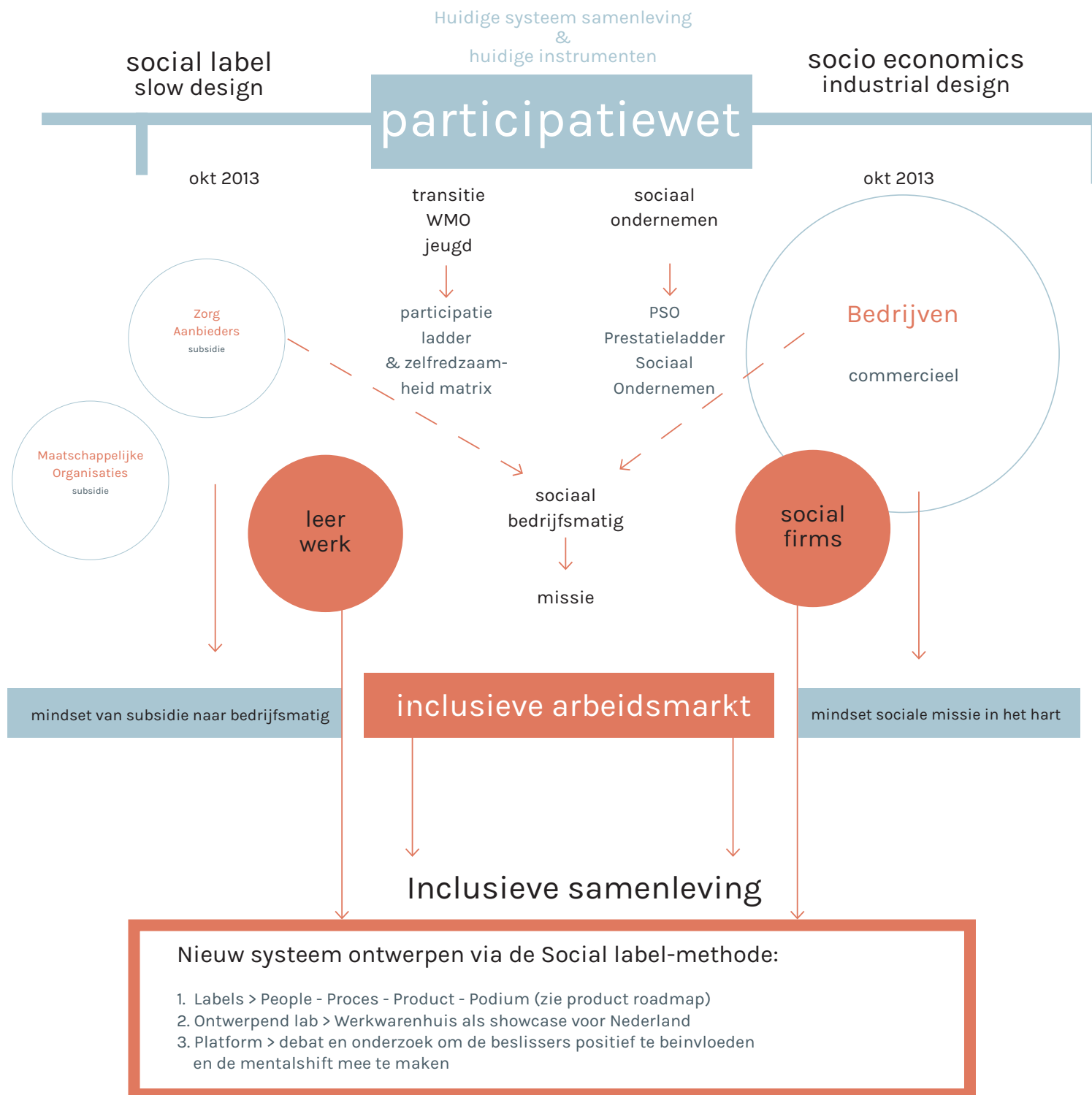


### Reframe

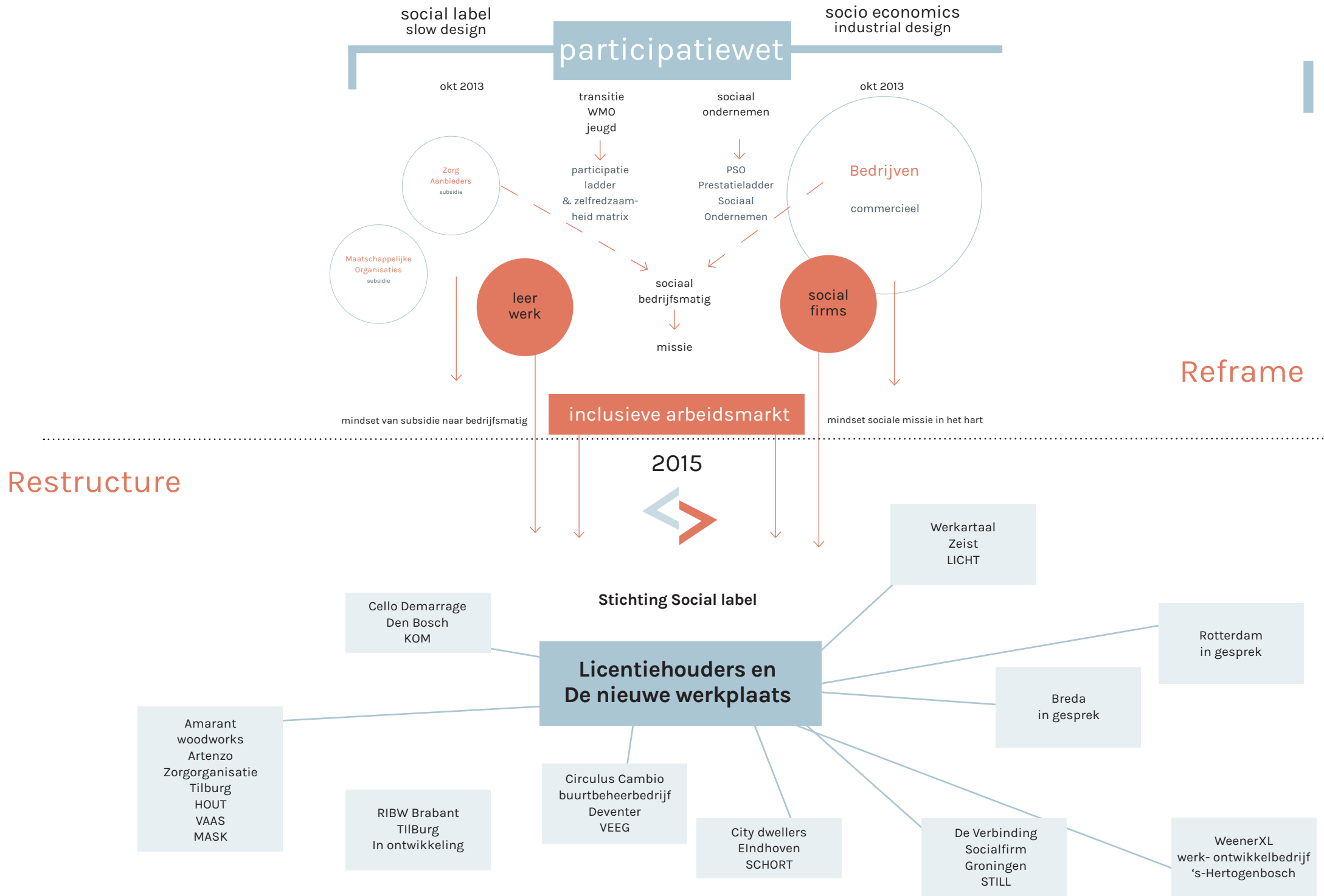
nieuwe beelden en verhalen toevoegen aan de samenleving (weg met stigma's)

### Restructure

Social label maakt sociale processen zichtbaar en stimuleert de sociale werkstructuur. Het verbinden van werelden met de dezelfde missie.









Silvia is twee dagen per week bij  
Demarrage/Reinier van Arkel.  
"Alles wat mijn ogen zien, kunnen  
mijn handen maken."



GEERT  
ZORG BEGELEIDER  
'De producten gaan  
echt naar een klant,  
dat geeft een gevoel  
van trots.'





De makers van Cambio werken samen met speciaal beroepsonderwijs, leren en startkwalificaties halen in de praktijk. Samen leren ze via hun eigen productlijn Social label >VEEG lassen om schooluitval tijdig te voorkomen.



## UNIEKE BIJDRAGE SOCIAL LABEL

Er zijn momenteel veel ontwikkelingen en initiatieven tbv een inclusieve arbeidsmarkt. De unieke bijdrage van Social label is de toepassing van kunst en design in een living lab:

- Werken met verbeelding en poëzie. Via de producten het verhaal vertellen en op die manier de mindset veranderen.
- Creatieve mensen kunnen makkelijker transities doen om dat ze de tijd meer aanvoelen en goed kunnen improviseren:
- Social label brengt onverwachtse combinaties bij elkaar (high end en low end). Topdesigners en makers, CEO's en ongeschoolden, denkers en werkers. De interactie leidt tot een frisse, open manier van werken.
- Er wordt veel van hetzelfde gemaakt, veel bezigheidsactiviteiten in de werkplaatsen terwijl in dezelfde tijd, met het aanwezige kapitaal (mankracht, machines) een kwaliteitsproduct gemaakt kan worden dat vervolgens ook verkocht kan worden over de wereld.
- Social label heeft naast een collectie van internationale uitstraling een actieve community van werkplaatsen in Nederland

Wij gaan uit van onze eigen theorie, enthousiasme, idealisme en komen daardoor overal binnen. Wij zitten niet in het systeem, maar sluiten er wel bij aan.



# MAATSCHAPPELIJKE WAARDENCREATIE

- De producten zorgen voor trots, groei, werkplekken en business.
- Trots/plezier: Als mensen iets moois maken en dat kunnen tonen, worden ze trots. Dat kan een extra stimulans zijn om terug te komen in de maatschappij.
- Groei: het maken van design producten op maat is aan trekkelijk voor laaggeschoolden (passend werk) Social label vraagt aan de groep wat wil je leren, wat wil je behouden, wat wil je doen? Zo wilden de mensen van Cambio leren lassen. De ontwerper houdt daar rekening mee bij het ontwerp. Vertrekpunt is een product maken dat klopt en waar werkplaatsen mee verder kunnen.
- Werkplekken/business: Bij design kunnen meerdere mensen aan een productlijn werken. Van bedenken tot vervoeren/bestellen, iedereen kan meedoen en je kan er een business van maken.
- Social label zorgt voor de eerste impuls. Vervolgens moeten de Werkplaatsen zorgen voor de continuïteit en groei.
- Als mensen ervaren dat ze ertoe doen, zelf betekenis kunnen toevoegen en aan kunnen sluiten, zullen er minder sociale problemen zijn.
- Social label brengt het maken terug naar de stad vanuit de sociale gedachte. De sociale maakindustrie.



Luc zit in een activeringstraject bij Cambio en heeft zich ontwikkeld tot werkbegeleider die jongeren in de werkplaats helpt bij het maken en lassen van producten.



# GESCHIEDENIS

## Kiem

- > Vraag uit de maatschappij tijdens huttenfestival om mee te mogen doen.

2011

## Pilot

- > Ontwikkeling concept Social label via productlijn Sociallabel Hout ism Piet Hien eek

2012

## Ontwikkeling

- > Sociallabel VAAS ism Roderick Vos
- > social innovation week (lecture incubate )
- > DDW
- > publicaties: 101Woonideee MM nieuws Volkskrant VPRO TIP House of Design

2013

## Stichting

- > Oprichting Stichting/RvT
- > Sociallabel MASK ism marc mulders
- > Sociallabel VEEG ism dick van hof
- > Sociallabel STILL ism Haiko meijer
- > Presentatie Festival Muidal
- > Socialinnovation week (L@B)
- > DDW
- > Turiin (Lectures)
- > RVO Innovatie (Lectures)
- > BNO (Lecture toekomst ontwerp) > Ronde Tafel DDW PHE
- > publicaties: DEZEEN designblog Ottagono Design magazine SOZIO vakblad WMO DUDE magazine van BNO Design magazine Z-Korea

2014

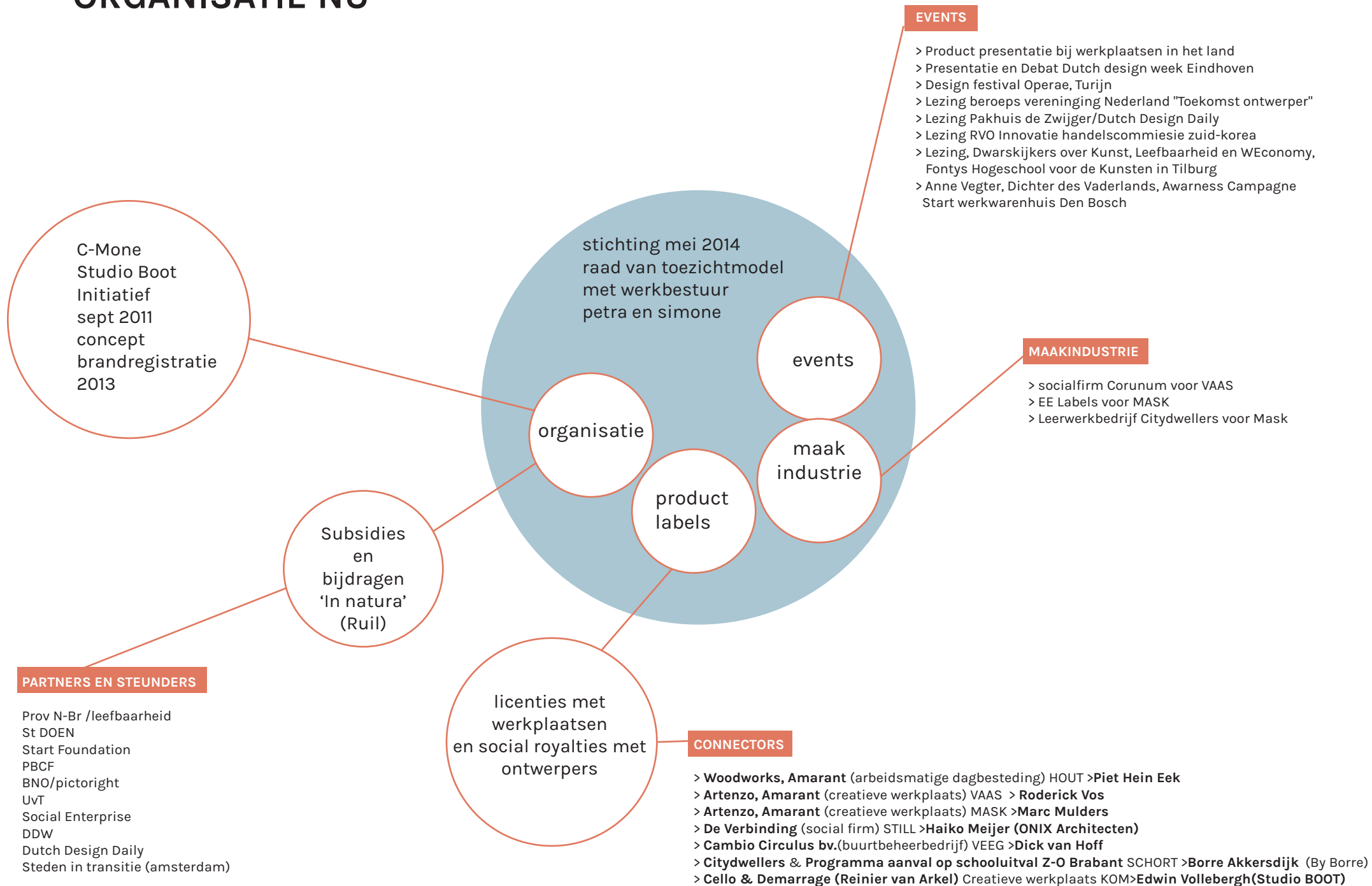
## Landelijk Punt

- > Professionaliserings-slag Stichting
- > Sociallabel KOM ism edwin vollebergh
- > Sociallabel KOEK ism Anne Vegter
- > Sociallabel SCHORT ism borre akkersdijk
- > lectures moziek brabant Pakhuis de Zwijger
- > Werkwarenhuis Tramkade
- > Publiekscollege 1
- > Do good event 1 Ronde > >
- > Tafel 2 ism UVT
- > publicaties: Eigen huis en interieur ELLE DECO BNO Magazine MEST Magazine DDW

2015



# ORGANISATIE NU





# GROEIMODEL

Social label wil haar ontwikkelfunctie verder vorm geven . Ruimte voor experiment en nieuwe oplossingen t.b.v. werkcreatie en participatie vanuit kunst en design denken. De landelijke platformfunctie van Social label krijgt steeds meer vorm samen met de internationale uitstraling van de sociale maakindustrie.

Met het ontwerpend laboratorium in het hart wordt de organisatie verder opgebouwd vanuit een fysiek punt: het Werkwarenhuis (winkel en werkplaats).

Om de bedrijfsvoering en verkoopsysteem van het Werkwarenhuis op te zetten, is een winkel manager nodig die inkoop en verkoop in goede banen leidt.

Daarnaast kunnen mensen uit de doelgroep via WeenerXL een rol als gastvrouw vervullen en meedoen in een aansprekende omgeving (dat noemen wij een doorstroomhuis).

Voor het opzetten en organiseren van events maken we gebruik van vrijwilligers ism maatschappelijke organisaties zoals Stichting Divers, stagiaires en afgestudeerden (startersbeurzen).

Bij het ontwikkelen van De Nieuwe Werkplaats werken we samen met o.a. WeenerXL. Een Werkplaats begeleider regelt de productie en distributie en houdt nauwe afstemming met de winkel manager/bedrijfsvoering.



2016 - 2018

# ORGANISATIE GROEIMODEL

## product labels

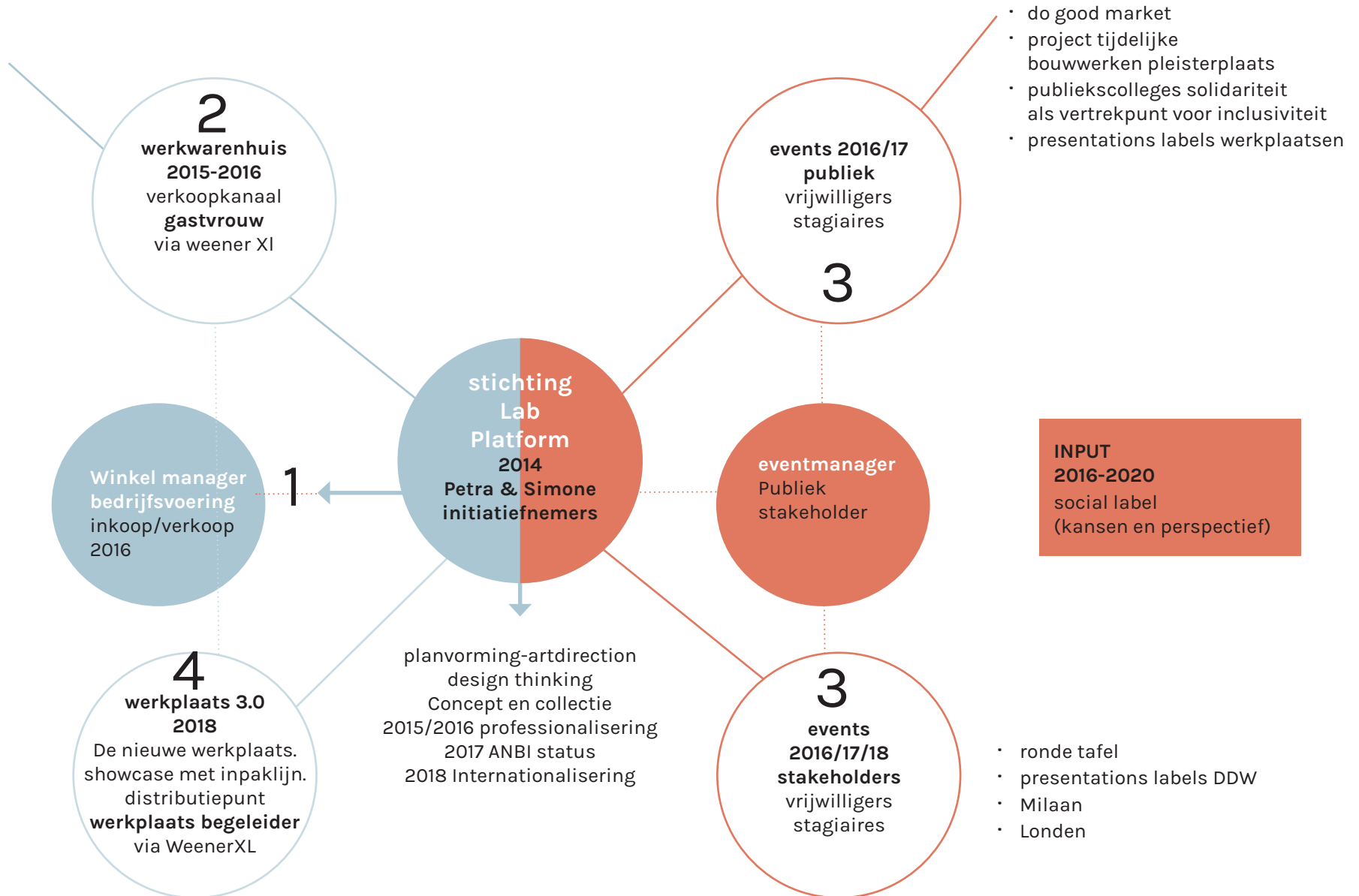
>HOUT  
>VAAS  
>MASK  
>STILL  
>VEEG  
>KOM  
>SCHORT  
>KOEK  
>LICHT  
>PAK  
>  
>  
>

## OUTPUT 2016-2020

socio economics  
(uren en geld)

## INPUT 2016-2020

social label  
(kansen en perspectief)





# 3 JAREN PLAN

## DEN BOSCH 2015

- Tramkade
- Werkwarenhuis
- Werkplaats 3.0  
(maken terug in de stad)
- Voorbeeldfunctie  
ism gemeente en  
Bossche partijen.
- Design & kunst  
als aanjager voor  
lokale sociale economie

## BRABANT

- showcase LAB FUNCTIE
- Sociale en culturele vernieuwing
- Design & kunst  
als aanjager voor  
Sociale economische  
Verandering via onderzoek,  
debat, labels
- Maak industrie verbinden  
met (inter)nationale  
top ontwerpers.
- Samenwerking Brabantstad
  - 1 Den Bosch, Werkwarenhuis  
op Tramkade: o.a. WeenerXL,  
Cello, Renier van Arkel,  
stichting Divers,
  - 2 Eindhoven: DDW, programma  
aanval op schooluitval  
Z-O Brabant
  - 3 Tilburg: Amarant
  4. Tilburg :RIBW Brabant
  - 4 Breda: in gesprek

## NEDERLAND

- showcase LAB FUNCTIE
- Sociale en culturele  
vernieuwing via onderzoek,  
debat, labels
- Landelijk verkooppunt  
werkwarenhuis.
- Onderdeel Netwerk  
nieuwe nederland  
Pakhuis de zwijger.
- DDW
- Design & kunst  
als aanjager voor  
Sociale economische  
verandering
- maak-industrie  
terughalen (reshoring)

## DE WERELD

- Landelijk verkooppunt  
werkwarenhuis.
- Nederland presenteren  
als met eigen sociale  
maak industrie.  
met internationale  
top ontwerpers.
- Internet verkoop
- dealer internationaal
- Design & kunst als aanjager  
voor Sociale economische  
verandering via labels
- Deelname aan EU programma's  
tav social innovation
- EINDHOVEN DDW
- AMSTERDAM Inside Design
- TURIJN
- MILAAN
- LONDON

# 3 JAREN PLAN >GROEISTRATEGIE

## 2015

### 1 Labels

- 3 sociallabels met eigen community
- >KOM
- >SCHORT
- >KOEK

### 2 Events

- Startsein Werkwaren huis Anne Vegter
- Publiekscollege 1
- Do good event 1
- presentatie DDW
- presentatie Kunstnacht Den Bosch
- Ronde Tafel 2
- stadsexpeditie Nieuw Nederland Pakhuis de Zwijger

### 3 Organisatie

- plan professionaliseringslag Stichting
- verbouwing-Werkwarenhuis Tramkade
- werkervaringsplek Gastvrouw winkel Via weener XL

## 2016-2017 HINK -

### Brabant

#### 1 Labels

- 3 sociallabels met eigen community
- >PAK Weener XL Inpaklijn
- >LICHT Werkwartaal
- >TUIN Capi Europe

#### 2 Events

- Do good events 2 per jaar
- Publieks colleges 2 per jaar
- ronde tafels 2 per jaar.
- presentatie Kunstnacht Den Bosch
- Maak festival met werkplaatsen (pleisterplaats)

#### 3 Organisatie

- Brabant als showcase Sociale en culturele vernieuwing
- opzetten Werkplaats 3.0 ism Bossche partijen. (showcase voorbeeld functie)
- Design & Kunst als aanjager voor sociale economische verandering via onderzoek, debat, labels
- webwinkel [www.werkwarenhuis.nl](http://www.werkwarenhuis.nl)
- Lab, labels en verkoop organisatie stichting
- eventmanager
- sponsor programma opzetten
- bedrijfsleider
- verkoopsysteem opzetten
- monitoringssysteem social innovation
- Living Lab via workshop/ case studies

#### 4 Inrichting - vormgeving

landelijke conceptore

## 2017-2018 STAP -

### Nederland

#### 1 Labels

- 3 sociallabels met eigen community
- STAAL rotterdam
- STOF Breda
- STOER Oosterhout

#### 2 Events

- Living Lab via workshop/ case studies
- bouwfestival ism werkplaatsen nederland (pleisterplaats de vrijheid)
- Do good events 2 per jaar
- Publieks colleges 2 per jaar
- ronde tafels 2 per jaar.
- presentatie Kunstnacht Den Bosch
- Maak festival met werkplaatsen (pleisterplaats)

#### 3 Organisatie

- showcase LAB FUNCIE
- Sociale en culturele vernieuwing via onderzoek, debat, labels
- Distributie plan uitrollen
- vanuit Den Bosch in Nederland
- Pop up store bij deelnemende werkplaatsen

#### 4 Inrichting - verbouwen

Werkplaats 3.0 ism Bossche partijen. (showcase voorbeeld functie)

## 2018 -2019 SPRONG -

### De wereld

#### 1 Labels

- Internationale collectie
- sociallabels met eigen community

#### 2 Events

- Pop up store tijdens:
  - DDW
  - Inside Design
  - MILAAN
  - LONDON
- Living Lab via workshop/ case studies
- Do good events 2 per jaar
- Publieks colleges 2 per jaar
- ronde tafels 2 per jaar.
- presentatie Kunstnacht Den Bosch
- Maak festival met werkplaatsen (pleisterplaats)

#### 3 Organisatie

- SociaalWerkWarenhuis met internet winkel voor internationale klanten (distributie)
- internationale agent voor labels.
- nederland presenteren met eigen sociale maak industrie. met internationale top ontwerpers.



## KOSTENSTRUCTUUR

Stichting Social label

### UITGAVEN

#### 1 LABELS

- Art direction/huisstijl (P>S)
- Scouting/werkbezoek/briefings (P>S)
- Ontwikkeling social labels (P>S)
- Ontwerpen campagne (P>S)
- communicatiestrategie (P>S)
- Interviews/storytelling (P>S)
- teksten community/social media (P>S)
- Film en Fotografie
- Pers en publiciteit
- Drukwerk

#### 2 EVENTS

- Platform/ onderzoek en debat (P>S)
- Productie en organisatie activiteiten
- Social media en CMS sociallabel.nl
- inrichting en materiaal

#### 3 ORGANISATIE

- Lezingen/presentaties (P>S)
- Agendering en programmering (P>S)
- Planvorming en strategieontwikkeling (P>S)
- Huisvesting (huur, energie, gas, water)
- Afschrijving inventaris/ inrichting/kantoor
- Accountant/administratie/ boekhouding
- Fondsenwerving
- Vrijwilligerskosten

##### **Bedrijfsleider Werkwarenhuis:**

- Inkoop en verkoop systeem / mkt & sales werkwarenhuis.nl

##### **Gastvrouw Werkwarenhuis**

- Secretariaat/relatiebeheer via Weener XL

##### **Werkbegeleider Werkplaats 3.0**

- inpakken en distributie
- klein onderhoud en schoonmaak

### INKOMSTEN

#### 1 LABELS

- Afnemers Social label -productlijnen
- Verkoop aan publiek
- Verkoop aan bedrijfsleven
- Licentiebijdragen
- Pop-up store's
- Deelnemerspakket (communicatie)

#### 2 EVENTS

- publiekscollege
- Do-Good Market deelname
- Ronde Tafel
- Private Dining

#### 3 ORGANISATIE

- Branding
  - do good armband
  - Koek
  - Ansichtkaarten
  - t-shirts
- Lidmaatschap
- lezing
- workshops
- Huur werkplaats/vergaderruimte
- Crowdfunding
- vrienden-acties
- Inzet vrijwilligers
- Gemeente Den Bosch
- Brabant C fonds
- Fonds - Stichting DOEN
- Sponsoring
- Gift

##### **Goodwill Manuren**

- C-mone
- Studio Boot

### TOTAAL



ONTWERPER DICK VAN HOFF SOCIAL LABEL  
>VEEG IS ALS DOCENT BETROKKEN BIJ DE  
MASTEROPLEIDING SOCIAL DESIGN  
VAN DE DESIGN ACADEMY EINDHOVEN.  
'HET STIKT VAN DE GOEDE IDEEËN.  
JAMMER DAT HET VAAK PAPIEREN  
PROJECTEN BLIJVEN.' WAT HEM AAN  
SOCIAL LABEL BEVALT IS DE INSTEEL:  
'NIET TE LANG OUWEHOEREN,  
MAAR ERIN VLIEGEN.'

# STAKEHOLDERS PLATFORM

## CONNECTORS

**Deelnemende werkplaatsen (Licentiehouders Social label-productlijnen voor drie jaar, na evaluatie verlenging mogelijk)**

- Maatschappelijke- en zorgorganisaties voor kwaliteitsverhoging arbeidsmatige dagbesteding en sociale stijging (slow design)
- Maakbedrijven die met toevoeging van een exclusieve productlijn nieuw werk creëren voor kwetsbare groepen (industrial)

## ONTWERPERS

maatschappelijke verbinding, sociale missie uitdragen

## STEUNDERS

fondsen, provincie, gemeenten t.b.v. innovatie en awareness (mental shift/ systeemverandering)

## SUPPORTERS

bedrijven en particulieren die gedachtegoed omarmen en uit willen dragen via jaarlijkse bijdrage voor drie jaar en/of unieke aankopen.

## CROWDFUNDING EN PUBLIEK

consumens, mensen die bewust leven, het verhaal omarmen en hun identiteit eraan ontlelen en zich willen associëren met design, soc verantwoordelijkheid, vakmanschap.



# STAKEHOLDERS LABELS

1. Consumens via sociale verantwoordelijkheid:  
vaak niet bekend met design de verbeelding en  
het neerzetten van een eigentijds beeld en wat  
design kan toevoegen
2. Consument via design:  
verbinding met topdesigners, onderschrijven  
de beweging
3. Consumens via arbeid/werkplaats:  
(her)beleving van het ambacht, geen kennis  
van design, uitleggen van de waarde van design,  
duurzaam ontwerpen. tijdloos van alles 1 hergebruik.



# MERK- & VERKOOPSTRATEGIE

hoe zetten we het in de markt?

LT-merkstrategie is leading, duurzame aanpak  
en gerichte verkoop ipv breed wegzetten  
(niet verliezen in quick wins)

## Merkbeleving platform

### Zichtbaarheid

- sterke zichtbaarheid online / social media presence
- 1 aantrekkelijk landelijk verkooppunt Werkwarenhuis Den Bosch
- pop up conceptstores tijdens DDW en andere events  
interieur/design magazines en human interest (vak)bladen

### Events en awareness campagne

- Opening Werkwarenhuis Den Bosch, Inside Design Amsterdam en Dutch Design Week Eindhoven
- Ronde Tafel ism Arie de Ruijter- Manifest (ander discours)
- Colleges - lab & onderzoek i.s.m. experts (relevante content via linkedin)
- Smeltkroes - (product)presentaties i.s.m. connectors (echte betrokkenheid via events en social media)

### Online strategie gericht op collectie en community

- Centrale rol voor [www.sociallabel.nl](http://www.sociallabel.nl) en daarnaast e-nieuwsbrief / social media: facebook, linkedin, twitter, youtube
- Webwinkel gericht op productverkoop /designcollectie via [www.werkwarenhuis.nl](http://www.werkwarenhuis.nl) gekoppeld aan pinterest
- Stakeholders en publiek betrekken via online community events
- Community uitbreiden met geïnteresseerd publiek/ potentiële kopers
- Vrienden-en crowdfund-acties, vrijwilligers (social club /social talks)

### Inzetten op b-to-b

- aankoop Social label producten (social return)
- sponsoring en relatie-events (supporters)

### Merkbeleving labels

- Storytelling per productlijn/ groep makers en begeleiders (cocreatie en communitybuilding)
- Aankondiging, fotoshoot/interviews, maakproces in beeld, productpresentaties,
- Via uitgegeven waardenkaartjes exclusiviteit bieden en klanten binden
- Toevoegen embleem op producten met naam toonaangevende ontwerper

### Verkoop, distributie aftersales

- Werkwarenhuis - Webshop
- Dealernetwerk via licentiehouders (werkplaatsen)
- Productcontrole en inpakservice in eigen beheer.
- Centraal inpak/verkoop-punt in het Werkwarenhuis/ Werkplaats 3.0.
- Outsourcen van medrewerkers inpakservice en (electrisch) vervoer via WeenerXL



# DOELEN NA GROEIFASE

- Veroorzaken van de mentalshift
- Nieuwe sociale interacties tussen groepen
- Sociaal ondernemerschap profileren
- Acceptatie vergroten bij bedrijven en grote publiek door het eigentijds en kwaliteitsvol vorm te geven
- Afstand tot de arbeidsmarkt verkleinen via verbeelding (designproducten, cultuur en communicati )
- Stigma's doorbreken door nieuwe verhalen en beelden toe te voegen aan de samenleving

Het zou mooi zijn om via producten zelfvoorzienend te worden maar dit lijkt niet realistisch gezien de economische reces en de innovatie die voorop staat.

## **We bouwen aan een duurzaam huis.**

Er staat nu een internationaal social brand (2015)  
Na 4 jaar (2016-2019) staat de organisatie als een huis waardoor er nog 6 jaar nodig is om de zelfvoorzienendheid verder uit te bouwen via ontwikkelen en verkoop van de exclusieve social label producten (2025).

## **Droom**

Na 10 jaar denkt iedereen inclusief! En heeft kunst en design een voortrekkersrol vervuld om maatschappelijke vraagstukken op te lossen in de samenleving.

**Ieder een verdient prettig leven.  
Wat is een glimlach waard?**



Kunstenaar  
Marc Mulders en Ria Mul  
Van werkplaats Artenzo  
Tilburg > MASK



"Samen delen,  
de koek is nooit op."  
Gedichten van  
Anne Vegter  
(dichter des vaderlands)  
speciaal voor  
Social label.

Installatie,  
Hostikoek Kentalis  
hostibakkerij doven,  
slechtzienden,  
st-Michielsgestel

