



IK BEN
WAT IK
MAAK
WWW.SOCIALLABEL.NL



SOCIALLABEL
› VERSLAG
RONDE TAFEL
NR3 OKT 2016

Lab/platform

De Ronde Tafels en Publiekscolleges maken deel uit van de platform-/labfunctie van Social label ism wetenschap, onderwijs, overheid en ondernemers. Vanuit het WerkWarenhuis op Tramkade in 's-Hertogenbosch werkt stichting Social label aan nieuwe oplossingen ten aanzien van werk, zorg en participatie(wet) via de kracht van design en communicatie.



26 oktober 2016, locatie: Wonderkamer Piet Hein Eek te Eindhoven

PARALLELE ECONOMIE LIEVER 3 DAGEN INCLUSIEF DAN 5 DAGEN EXCLUSIEF!

(stelling social label)

Aanwezig: David Lauwen (Het Creatief Kapitaal), Annie van Doremalen (directeur programma jonge schoolverlaters Nederland-Zuid, Raad van Toezicht Social label), Huib van Olden Wethouder Werk & Inkomen, Cultuur, Toerisme en Erfgoed gemeente 's-Hertogenbosch) Sjoerd van het Erve (directeur Weener XL Werk & Inkomen 's-Hertogenbosch), Jan Simons (directeur WSD, MVO-Platform Aan 't Werk), Edwin Vollebergh (Ontwerpburo Studio Boot), Mirjam Hament (business developer BOM en adviseur bij Brabant C), Fred Zijlstra (hoogleraar A&O-psychologie en Expertisecentrum Inclusieve Arbeidsorganisatie), Katja Lucas (programma-manager Dutch Design Foundation), Eric Engelberts (directeur Avitas en Raad van Toezicht Social label), Harwil de Jonge (directeur Heijmans Vastgoed), Geertje Pruijssers (Raad van Toezicht Design Academy Eindhoven), Tet Reuver (Design Academy), Petra Janssen (Ontwerpburo Studio Boot en Social label), Simone Kramer (C-mone en Social label), Liesbeth Schouten (Raad van Toezicht Social label, gespreksleider), Aukje Smit (onderzoeker inclusieve arbeidsmarkt, verslag).

Door de groeiende tweedeling kunnen mensen elkaar steeds moeilijker vinden. Social label daagt uit tot een nieuwe economie waar iedereen weer opnieuw mag beginnen. In dit leven ligt de nadruk meer op kwaliteit van het werk dan op hoge productie.

Hierover gingen we in gesprek met 17 experts, (sociaal) ondernemers, ontwerpers, directeuren en wetenschappers. Dit op uitnodiging van de initiatiefnemers van Social label: Petra Janssen en Simone Kramer.

De Ronde Tafel wordt ondersteund door Weener XL, werk & inkomen 's-Hertogenbosch.

Voor inspiratie en het op gang brengen van de discussie werden drie korte inleidingen verzorgd door:

David Lauwen

van Het Creatief Kapitaal, financieel en strategisch adviseur culturele instellingen

BRENGT CREATIVITEIT GELD OP?

Huib van Olden

wethouder Werk & Inkomen, Cultuur, Toerisme en Erfgoed gemeente 's-Hertogenbosch:

HOE KUNNEN COMMERCIELE BEDRIJVEN MEEDOEN OM DE TWEEDELING TE VERKLEINEN?

Fred Zijlstra

hoogleraar A&O-psychologie Universiteit Maastricht en directeur Expertisecentrum Inclusieve Arbeidsorganisatie Maastricht:

WELKE DREMPELS MOETEN HIERVOOR WORDEN WEGGENOMEN? PERSPECTIEF VAN DE WETENSCHAP.

Sjoerd van het Erve

directeur Weener XL Werk & Inkomen gemeente 's-Hertogenbosch:

WELKE DREMPELS MOETEN HIERVOOR WORDEN WEGGENOMEN? PERSPECTIEF VAN DE REALITEIT.

DAVID LAUWEN, FINANCIËEL EN STRATEGISCH ADVISEUR CULTURELE INSTELLINGEN: BRENGT CREATIVITEIT GELD OP?

David veranderde bij zijn aftrap de stelling: liever 7 dagen inclusief dan 5 dagen exclusief! In deze globaliserende economie werkt iedereen heel hard om de marginale kosten naar beneden te brengen. Technologie wordt vooral ingezet om de arbeidsproductiviteit te verhogen. Het gevolg is dat een groot aantal mensen niet meer mee kan doen. Dat moet en kan anders. We kunnen even snel blijven produceren als we via technologische innovatie ervoor zorgen dat iedereen weer mee kan doen.

Er gaat 60 miljard om in de wereld van funds. Het probleem is dat financiers wel in termen van economisch rendement denken, maar dat de inclusieve gedachte er nog niet in is verwerkt.

Het proces om dat te bereiken is niet zo veel anders dan hoe het ging bij de duurzaamheidsambitie. Maar er moet nog veel missiewerk worden gedaan.

Om financiers te overtuigen is het heel belangrijk om het verhaal goed te vertellen. De creatieve sector is daar met storytelling bij uitstek goed in.

Een mooi voorbeeld is Tesla die heeft bewezen dat het zo werkt. Het bedrijf had een simpele filosofie en zorgde er daarmee voor dat de markt de benodigde technologische innovatie wilde financieren. Het verhaal is als volgt: We maken een zuinige elektrische sportauto die iedereen wil, maar niemand kan betalen. Door fiscale maatregelen wordt het mogelijk om de auto te kopen. De opbrengst gebruiken we om nog betere en zuinige auto's te maken. Over 10 jaar koopt niemand meer een auto die op diesel rijdt.

Dat wat Tesla doet, doet Social label voor een sociale duurzame inclusieve gedachte. Social label toont de ambitie vooruit en niet achteruit. Ze bouwen een casus, maar wel met een grote ambitie naar de toekomst toe. Social label vertelt het verhaal. De kunst is dat de markt het ook gaat begrijpen en dit soort sociaal duurzame innovaties financiert. Social label bouwt aan een netwerk met onderzoeksinstituten, maatschappelijke instanties en andere partijen die deze beweging mee ondersteunen en verder brengen. Dit gebeurt vanuit een lange termijn strategie want een netwerk bouwen met mensen die niet dezelfde taal spreken kost tijd. We staan aan het begin van een nieuwe vierde economische revolutie waarvan niemand nog weet hoe dit vorm krijgt. Belangrijk is dat er financiële trekkers komen die dit soort vernieu-

wende gedachtes mee ondersteunen. Dat zou uit het bankwezen of investering impact funds moeten komen die de inclusieve gedachte voorstaan.

Inclusiviteit zit niet in geld. Het doet een oproep aan moreel ondernemerschap, bewustwording van andere waarden om inclusiviteit op de agenda te krijgen. Hiervoor heb je leiders nodig die hiervoor willen gaan.

Creativiteit is nog steeds een ondergeschoven kind in de financiële wereld. Daar zou met een dergelijke beweging verandering in kunnen komen. Social label toont de parallelle economie in verbeelding om mensen bewust te maken van een andere manier van produceren, consumeren en investeren.

Ik geloof dus zeker dat creativiteit geld opbrengt waarbij de mensen 7 dagen inclusief werken en zich exclusief voelen.

Zo besluit keynote David Lauwen zijn bevlogen aftrap.

Gespreksleider Liesbeth Schouten
Wat is de volgende stap van Social label?

Simone Kramer en Petra Janssen:
Het is belangrijk dat er een nieuwe economie wordt ontwikkeld. Vandaar dat het thema voor deze ronde tafel de parallelle economie is. Wij staan een mensgerichte economie voor, socioeconomics. We zijn begonnen met slow design in zorg- en maatschappelijke instellingen. Nu moe-

ten we bij commerciële bedrijven de sociale missie in het hart krijgen. Dat is een ingewikkelde stap. De commerciële wereld denkt en praat anders. Ze wil wel investeren, maar ook snel terugverdienen. Het gaat erom een sociaal duurzame aanpak, de benodigde kwaliteitsrevolutie, in praktijk te brengen en de mens en het vakmanschap weer centraal te stellen. Deze waarden staan centraal bij Social label. Onze droom is dat iedereen inclusief gaat denken.

We hebben nu een plek in 's-Hertogenbosch, het Werkwarenhuis, een 'livinglab' waar we het kunnen vormgeven in de praktijk ism diverse partijen en invalshoeken. Daar moeten nog wel meer bedrijven omheen die het voorbeeld geven en waar ook mensen na hun werkervaringsplek kunnen doorstromen.

Katja Lucas:
Gaan jullie het ook kwalitatief meten en opschalen?

Simone Kramer: Opschalen is ingewikkeld. Een grote valkuil is dat je gaat voor de quick wins en daardoor de kwaliteit en het vakmanschap uit het oog verliest. Het gaat juist om veel kleinschaligheid. Social label zet kleine stappen en gaat voor sociaal duurzame impact. Deze ronde tafel is belangrijke input voor ons. We tekenen het op en gaan de beweging volgend jaar nog duidelijker neerzetten. Aukje Smit volgt ons al een tijdje met praktijkonderzoek. Petra en ik werken in de praktijk aan de storytelling, bij elke stap die we doen, om de koers te veranderen en

de mindset te beïnvloeden.

Eric Engelberts:

Moet de overheid niet ingrijpen? Bij DSM gaan er 1200 mensen uit terwijl de organisatie enorme winsten maakt.

Huib van Olden: Nee, dan gaat het veel te langzaam. Vanuit partnerschappen kunnen we een gezamenlijke beweging van onderop maken. Het werk is er niet meer bij DSM. We kunnen die mensen daar dan ook niet aan het werk houden. We moeten er wel voor zorgen dat mensen in deze flexibele samenleving aan het werk kunnen blijven.

Tet Reuver:

De discussie gaat ook over de betekenis van werk. Hoe blijf je leven in deze maatschappij?

Simone Kramer: Prof. Jac. van der Klink zei tijdens één van de Publiekscolleges van Social label dat werk teveel gekoppeld wordt aan inkomen. Maar we willen ertoe doen, betekenis geven en in verbinding staan met mensen en de omgeving. Werk gaat ook om zelfontplooiing, waardering en zingeving. Dat zijn we kwijtgeraakt. De producten van Social label zijn daarom ook verbeelders van een andere visie op werk.

HUIB VAN OLDEN, WETHOUDER WERK & INKOMEN, CULTUUR, TOERISME EN ERFGOED IN 'S-HERTOGENBOSCH HOE KUNNEN COMMERCIEËLE BEDRIJVEN MEEDOEN OM DE TWEEDELING TE VERKLEINEN?

Geertje Pruiser:

**Wat hebben jullie nodig?
Hoe kunnen we ons committeren
aan de volgende stap?**

Petra Janssen: Social label huurt nog 9 jaar het pand van de gemeente Den Bosch. Wat we nodig hebben zijn de middelen om hier een nieuwe werkplaats/lab voor Nederland te bouwen op het allerhoogste niveau: een monument van de toekomst. Een plek waar iedereen welkom is en waar mensen hun werk zinvol vinden en met plezier werken. Een mooie plek met een goede sfeer waar mensen positief bejegend worden. Als deze plek te zien en te voelen is, dan kunnen veel mensen het begrijpen. Piet Hein Eek heeft voor ons een tekening gemaakt. We hebben bij de Rabobank Foundation een plan ingediend en om een gift gevraagd. Fondsenfinanciering niet graag in stenen maar de Rabobank Foundation staat ervoor open. Belangrijk is dat we naar een betekenis-economie gaan.

In 1628 voeren veel schepen gemaakt van prachtig hout onder leiding van Piet Hein over de woelige baren. Piet Hein was een robuuste, snelle, innovatieve, onorthodoxe man die naar niemand luisterde. Hij veroverde de zilvervloot. De huidige Piet Hein (Eek) heeft van die scheepswrakken al dit werk gemaakt. Ik ben wat ik maak. Ik geloof wat ik zeg!

Piet Hein kwam terug en belegerde met de zilvervloot 's-Hertogenbosch. Dat had grote gevolgen voor de economie in de stad. Monniken en priesters moesten na onderhandelen de stad uit. Maar de gildes bleven in de stad. Die economie bleef draaien in een nieuwe setting. En dat is wat we hier ook proberen te doen. Het gaat om de passie en gedrevenheid om een nieuwe economie vorm te geven.

Ik mag zelf op landelijk niveau acteren en zie daar een spanningsveld tussen de oude en nieuwe economie. Bijvoorbeeld bij de onderhandelingen met vakbonden over de cao voor de sociale werkvoorziening. We moeten voor een brede doelgroep nadenken over wat iedereen nodig heeft, los van het werkgeverschap en de regels. Of je nu in de kaartenbak zit, in de groenvoorziening werkt of stage loopt. Maar de vakbonden blijven oud-denken en vasthouden aan de werkgever - werknemer relatie. Dat is een belemmering. Er is genoeg werk én we komen in bepaalde sectoren arbeidskrachten tekort.

Het gaat om een re-design van een nieuwe economie en een nieuw sociaal domein. Principieel hierover nadenken gebeurt maar op heel weinig plekken in Nederland. Daarom is wat hier gebeurt zo goed. Je moet de durf hebben om te zeggen dat je het ook niet allemaal weet. Het kan alleen maar door verbondenheid. We moeten het samen doen.

Piet Hein streefde die verbondenheid in 1628 ook al na. En hij was zo sportief om al zijn opbrengsten over te dragen aan de Staten Generaal.

FRED ZIJLSTRA, HOOGLEERAAR A&O-PSYCHOLOGIE EN EXPERTISE CENTRUM INCLUSIEVE ARBEIDS- ORGANISATIE WELKE DREMPELS MOETEN HIER- VOOR WORDEN WEGGENOMEN?

Perspectief vanuit de wetenschap. Ik zag 15 jaar geleden al de volgende ontwikkelingen in de maatschappij: -Veel mensen gaan met pensioen. Er komt een tekort aan arbeidskrachten. -Maar er zijn ook meer mensen die niet meer mee komen op het werk.

We kunnen steeds minder goed omgaan met wat afwijkt van de norm. Ook op het werk. De eisen zijn toegenomen. De economie verandert. De drempel om te kunnen meedoen ligt steeds hoger. Maar de afstand die mensen nu tot de arbeidsmarkt hebben, creëren we zelf.

Als het werk zo complex is geworden, dan moeten we het weer simpeler maken en de processen anders inrichten. Dat kan, want mensen doen 20 tot 30 procent van hun tijd andere dingen dan waarvoor ze zijn opgeleid.

Wij hebben op deze manier bij een aantal voorbeeldbedrijven een soort parallelle economie gecreëerd. De resultaten zijn positief. De bedrijven kregen handjes erbij, er was sprake van een productieverhoging en er waren minder wervingsproblemen. We hebben laten zien dat het werkt. Maar het betekent wel wat voor de organisaties. Ze moeten hun bedrijfsprocessen omgooien, normen loslaten en het vertrouwen hebben dat het goed gaat. Het Expertisecentrum Inclusieve Arbeidsorganisatie vergaart hier kennis over en wil die kennis ook delen.

Annie van Doremalen:

Gaan we dan weer terug in de tijd? Vroeger hadden we bijvoorbeeld ook koffiedames.

Fred Zijlstra: Je ziet een golfbeweging. De mens volgt de modieuze ontwikkelingen die er zijn. De manier van overleven in de jaren 80/90 was concurreren en efficiency. Nu denken we dat het misschien wel op een andere manier moet. Dat raakt ook aan de discussie over wat werk is. Veel werk is er wel, maar vinden we niet meer economisch rendabel en dan noemen we het vrijwilligerswerk. Het is een keuze waar we als samenleving over moeten nadenken.

Petra Janssen en Simone Kramer: De nieuwe plek in 's-Hertogenbosch, het Werkwarenhuis, geven we vorm met een restaurant en een winkel/lab. En hopelijk binnenkort een werkplaats. Zo ontstaat een inspirerende setting met de mens als vertrekpunt. Het kost eigenlijk weinig moeite en levert

zoveel op. Je ziet de mensen opbloeien en ze helpen elkaar. Dat willen we graag overbrengen. Maar uitstroom naar andere bedrijven is ook nodig. Onze ervaring is dat de commerciële wereld wel wil samenwerken maar alleen interesse heeft in de ontwerper, het verhaal en het product, en niet in de doelgroep. Maar Social label wil een uitruil zodat ze die mensen ook in dienst nemen. We gaan het nu uitzoeken in samenwerking met een voorbeeldgemeente en andere partijen.

Het commerciële bedrijf adopteert de werkplaats en we gaan met elkaar kijken hoe dat werkt bij het maken van een designproduct.

De zorg wil een product van Social label dat veel tijd kost om te maken. De commerciële bedrijven willen een product dat juist snel klaar is. Het zijn uitersten die we bij elkaar brengen. We kunnen het niet alleen, het is te complex. Daarom is het mooi om met al die partijen gezamenlijk naar oplossingen te zoeken.

Sjoerd van het Erve:

Ons project 'Verspilde talenten' in samenwerking met hogescholen, de universiteit, drie SW-bedrijven, UWV, Start Foundation en de Rabobank Foundation sluit goed aan bij de discussie. Er zijn in Nederland 1,5 miljoen mensen die niet meer kunnen meedoen. We willen daarom samen met het bedrijfsleven de koek groter maken en een parallelle economie creëren. Er staan al 150 MVO-bedrijven klaar die iets willen doen. We gaan met hen gestructureerd kijken naar de bedrijfsvoering en de mogelijkheden voor jobcarving en functiecreatie. En heel belangrijk: we gaan in de energie van de ondernemer zitten door te zoeken naar nieuwe producten en diensten waarbij de arbeid eenvoudig is en veel mensen kunnen meedoen.

Een mooi voorbeeld van hoe wij het willen is Greenfox Seafood, de garnalenpellerij. De ondernemer van dit bedrijf Renzo Deurloo kwam erachter dat in Nederland vers gepelde garnalen veel lekkerder zijn. Maar ze worden altijd in het buitenland gepeld en vervolgens weer naar Nederland vervoerd. Nu heeft hij een Nederlands bedrijf waar 100 mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt garnalen pellen. Die manier van kijken beogen wij ook bij dit project. Er kan zomaar een productiebedrijf uitkomen dat we aan Social label koppelen.

**HUIB VAN OLDEN:
INSPIREREND AAN
SOCIAL LABEL IS
DE KOPPELING VAN
MEESTERSCHAP,
EEN KWALITEITS-
PRODUCT EN
AMBACHTELIJKHEID
AAN DIT THEMA. DAT
IS ECHT INNOVATIEF.
DIE MANIER VAN
KIJKEN KAN HELPEN
OM HET PROBLEEM
OP TE LOSSEN.**

**HOE SCHAAL JE
DAT OP?**

Geertje Pruijssers, Raad van Toezicht Design Academy: Dat kan door ontwerpers te betrekken bij wat je doet. Veel ontwerpers zijn opgeleid in design thinking. Eindhoven heeft nu een ontwerper op het stadhuis werken. Dat is interessant en spannend want goede ontwerpers stellen de juiste vragen.

Huib van Olden

De denker zegt: ik geloof wat ik zeg.

De doener zegt: ik ben wat ik maak.

En de ontwerper stelt de juiste vragen.

Harwil de Jonge: Heijmans zoekt naar crossovers met een mix van technologie, design en open innovatie. Dat geeft veel energie. Wij hebben goede ervaringen met placemaking in samenwerking met Petra Janssen / Studio Boot. Zo'n samenwerking start met het formuleren van een gezamenlijke doelstelling. Om de energie multidisciplinair te kunnen bundelen moet namelijk voor iedereen duidelijk zijn waar je naartoe werkt. Het bestuur van Heijmans werd als vanouds overtuigd met de goede getallen. We werkten met duo-presentaties en lieten vooral ontwerper Petra Janssen het verhaal vertellen. Dat bleek een succesfactor. Het gaat echt om de mindset.

Petra Janssen: Dat was gebiedsontwikkeling, dat snapt iedereen. We zijn nu met de immateriële wereld bezig, de trots en alles eromheen. Daar is geen taal voor in de investeringswereld. We hoorden net al dat de inclusieve gedachte niet leeft bij bankiers.

Katja Lucas, programmamanager DDW: We moeten het onzichtbare zichtbaar maken. Als je voorloper bent is dat heel lastig. Daar zit de schuring. Uiteindelijk wil men toch weten hoeveel banen je creëert. Maar dat is de lange termijn. Social label is juist bezig het helemaal opnieuw vorm te geven.

SJOERD VAN HET ERVE, DIRECTEUR WEENER XL WERK & INKOMEN GEMEENTE 'S-HERTOGENBOSCH WELKE DREMPELS MOETEN HIERVOOR MOETEN WORDEN WEGGENOMEN?

Perspectief vanuit de realiteit.

De overheid probeert al heel lang wet- en regelgeving eenvoudiger en beter te maken, zoals nu met de Participatiewet en de Wet Werk en Zekerheid. Daar is veel kritiek op. Zo heeft de Wet Werk en Zekerheid helemaal niet het effect dat bedrijven mensen vaker vast in dienst nemen. Maar ik zie ook veel winstpunten. Zo zijn wij als gemeente nog nooit zo integraal opgetrokken met 18 andere gemeenten als nu. Voor bedrijven in de regio is dat heel fijn.

Alles gebeurt hier nu op dezelfde manier: bepaling loonkostensubsidie en loonwaarde, de begeleiding en de werkgeversdienstverlening.

Om de toegang tot het doelgroepregister van de Banenafpraak te versnellen en het eenvoudiger te maken om mensen op een baan te plaatsen wordt per 1 januari 2017 de

'praktijkroute' ingevoerd. Deze 'praktijkroute' biedt de mogelijkheid om via loonwaardemeting op de werkplek te bepalen of iemand tot de doelgroep van de banenafpraak behoort en opgenomen moet worden in het doelgroepregister. Dat is heel belangrijk. Nu gaan deze mensen via het UWV een theoretisch protocol door. Zo meteen kan dat via de praktijk.

Weener XL gaat mensen die zich melden voor de bijstand waarvan wij denken dat ze niet zelfstandig het wettelijk minimumloon kunnen verdienen, zelf in dienst nemen en detacheren bij werkgevers. Wij pakken de werkgeversrol voor de kwetsbaren. Werkgevers hoeven geen risico's te lopen.

De 'praktijkroute' en een werkgeversrol voor de gemeente zullen veel drempels wegnemen en zorgen voor een versnelling van plaatsingen in het kader van het Banenplan.

Loonkostensubsidies inzetten vanuit het inkomensdeel van de gemeente (budget voor uitkeringen) is nog een onontgonnen terrein. We kunnen op deze manier veel betere resultaten bereiken. We gaan ook meer redeneren vanuit profielen: wat zijn de kosten als deze persoon een uitkering krijgt (zorgkosten, etc.) en wat als deze persoon aan het werk is? Om iedereen een goede werkplek te bieden hebben we veel verschillende werkniveaus en -vormen nodig. Bij Weener XL en ook bij bedrijven. Wij maken de verbinding met die bedrijven. Ik ben positief over de toekomst.

Het was een boeiend tafelgesprek met veel financiële experts aan tafel. Vanuit diverse economische perspectieven -MKB, cultuur, bedrijven- werd het belang van een nieuwe betekenis-economie onderstreept.

Mirjam Hament:

Dit vraagt om gezamenlijk op te trekken om de Vierde Revolutie in praktijk te brengen. Dit soort settings en gesprekken bieden hoop en zijn verbindend. Het helpt enorm om een gezamenlijke taal te ontwikkelen. Social label daagt uit om ermee aan de slag te gaan.

Liesbeth Schouten:

Ik wil alle tafelgenoten bedanken voor de boeiende gedachte-wisseling. Ik hoop dat we met elkaar het enthousiasme van de avond verder brengen!