

ROTTERDAMS HANDWERK

JAARVERSLAG 2019

Zingevend werk voor mensen met afstand tot de
arbeidsmarkt.



STICHTING ROTTERDAMS HANDWERK

Henny Wilting - directeur/projectleider.

www.rotterdamshandwerk.nl

1. VOORWOORD

Het eerste jaar.

Hierbij ons jaarverslag waarin we verantwoording willen afleggen over negen maanden Rotterdams Handwerk. Een jaar waarin we als zelfstandige sociale onderneming willen bijdragen aan participatie en zingeving van veel mensen in Rotterdam en omgeving. Dit door zowel makers als kopers te laten profiteren van een mooi en duurzaam product.

2. HIGHLIGHTS

11 januari

De formele overdracht van het merk door Pameijer aan Stichting Rotterdams Handwerk. Directeur/bestuurder Arend Vreugdenhil feliciteert directeur Henny Wilting met haar ambitie om van Rotterdams Handwerk een bloeiende sociale onderneming te maken. Profijtelijk voor een brede groep mensen met afstand tot de arbeidsmarkt in Rotterdam.

17 januari

De oprichtingsvergadering van Stichting Rotterdams Handwerk met de drie bestuursleden: Voorzitter Kees van Staveren, Secretaris Bruce Corveleijn en Penningmeester René van Duin.

1 mei

De lancering van de website en webshop, evenals nieuw publicatiemateriaal.

Januari - April

Voor financiering worden aanvragen gedaan bij Stichting DOEN, Rabo Foundation, DBL, Jurriaanse Fonds en Elise Mathilde Fonds. Met uitzondering van DBL worden de aanvragen gehonoreerd.

15 november

In de Rotterdamse editie van het Algemeen Dagblad verschijnt een uitgebreid artikel onder de kop "Sociaal aspect staat bij Rotterdams Handwerk centraal".

Juli - Augustus

De rubriek *Producten uit eigen Stad* van de Uitagenda Rotterdam met vermelding van de Storage basket.

5 juli

De Nederlandse Zorgbemiddelaar (DNZB) verstrekt een opdracht voor het ontwerp en de uitvoering van 1000 keukenschorten als kerstcadeau voor de medewerkers. Hiervoor worden vanaf september zeven verschillende ateliers/werkcentra ingezet. Het biedt gedurende drie maanden werk aan 20 deelnemers.

20 november

Er komt een opdracht van Stichting Pameijer voor de realisatie van welkomstcadeaus voor nieuwe cliënten bestemd voor drie leeftijdscategorieën. Voor volwassenen is er een administratiemap met aan de voorzijde een kunstwerk van Edward Teeuw. Voor kinderen een rugtasje, voor peuters een knuffelwolkje van witte en roze velours. Het betreft een meerjarige opdracht waaraan door verschillende locaties van Pameijer wordt gewerkt.

12 december

Vanaf deze datum maakt Rotterdams Handwerk deel uit van de sociale kaart van Gemeente Rotterdam; organisatie VOORGOED Rotterdam Impact Agency. Dit met als doel een match te maken tussen bedrijfsleven en MVO ondernemingen.

3. DOELSTELLING

Doel van Rotterdams Handwerk is het toevoegen van maatschappelijke waarde door het creëren van zingevend werk voor mensen met afstand tot de arbeidsmarkt in Rotterdam en omgeving. Aanvullend doel is een bijdrage te leveren aan armoedebestrijding. Het aanbieden van een vrijwilligerscontract is een van de mogelijkheden om mensen met een bescheiden bedrag aan inkomsten net boven de armoedegrens te laten uitkomen.

TE REALISEREN DOOR

- a. de vervaardiging van een voor de markt bestemd product met een hoog kwaliteitsniveau, in de gefaseerde werkzaamheden: ontwerp, ontwikkeling en verkoop.
- b. de verwerving van grote opdrachten uit het Rotterdamse bedrijfsleven, bestaande contacten handhaven en mogelijkheid onderzoeken voor open dagen.
- c. het ontwerp, ontwikkeling en verkoop van nieuwe producten.
- d. onderzoek naar verkoopmogelijkheden van haar producten.
- e. onderzoek naar latente vraag.
- f. de organisatie van open dagen voor particulieren en het geven van lezingen.
- g. de werving voor free publicity.
- h. het verhogen van de kwaliteit van producten door training en coaching.
- i. deelname aan overleg met deelnemende instellingen hoe kwaliteit en werkhouding te verbeteren.
- j. het aanbieden van vrijwilligerscontracten.



4. WAT GING GOED, WAT KON BETER.

PRODUCTIECENTRA - Wat ging goed?

Naaiwerkzaamheden vonden plaats door het Zelfregiehuis, Wijkatelier op Zuid, Wereldwijven Ateliers, Naaiatelier Leger des Heils en Naaiatelier Klus & Werk. Met name vrouwen van buitenlandse afkomst bleken over veel talent en kennis te beschikken op het terrein van confectie. Daarnaast waren er twee thuiswerkers met een vrijwilligers contract die een grote bijdrage hebben geleverd.

Er is veel gebruik gemaakt van Artwork van kunstenaars van Galerie Atelier Herenplaats. Producten waren o.a. de zeefdruk van Minke op de melkbeker en het keukenschort, een opdracht van DNZB, de KUNSTKAFT notitieboekjes van vijf verschillende kunstenaars en de tekening van Edward op de administratiemap, onderdeel van een meerjarige opdracht van Pameijer. Toevoeging van Artwork verleent de producten karakter en de deelnemer een podium. Er is drukwerk uitgevoerd door SCO diensten, zoals bedrukking van het wijnkistje Rotterdams ROOD en WIT en de keukenschort Minke. Textieldrukkerij Dit-is-het drukte de bekende T-shirts van Maarten. De mensen van Onze Zaak deden inpakwerk zoals de houten wijnkistjes. De Kaarsenmakerij van Zinderin in Delft leverde 150 tuinfakkels, als onderdeel van het kerstpakket In Vuur en Vlam. Guntersteinweg, een productiecentrum van Middin maakte kerstkaarten op handgeschept papier.

Buiten de externe opdrachten werd ook geproduceerd voor aanvulling van de voorraad en uitbreiding van het assortiment. Ontwikkeling van nieuwe producten waren: Twee verschillende kerstpakketten, kerstartikelen zoals 3D geprinte kerstballen en rendieren; Wyber pannenlappen; melkbekers en tuinfakkels,

Er werd de Kunstwedstrijd georganiseerd: Rotterdam Stad van Water en Wijn. Met als eindproduct een etiket voor een nieuwe editie Rotterdams Rood.

Er werd uitbreiding gerealiseerd van vier productiecentra: Wereldwijven Ateliers, Zelfregiehuis, Guntersteinweg en Zinderin Cadeau. Het totaal aantal aangesloten centra bedraagt nu achttien.

In totaal hebben op parttime basis tachtig mensen verschillende werkzaamheden verricht.



...wat kan beter?

Aandachtspunt is de kwetsbaarheid van de continuïteit van een deel van de centra. Nog onbekende capaciteiten, zowel in kwantitatief als kwaliteit opzicht eiste veel improvisatie. Het zoeken naar aanvullende productiecentra en extra monitoring bleek meer uren te kosten dan was begroot. Bij uitval van medewerkers bleek moeilijk vervanging mogelijk, het productietempo lag structureel lager dan verwacht. Met name bij de opdracht van keukenschorten met een strakke deadline bleek het nodig uit te breiden met extra productiecentra.

Wenselijk is in volgende grotere opdrachten de werkzaamheden te spreiden over meer centra/deelnemers. Bovendien zullen opdrachten met de kerst als deadline in het voorjaar al dienen te worden ingezet. De acquisitie dient starten in het eerste kwartaal.

Het verhogen van de kwaliteit van productie door training en coaching is een relevante doelstelling maar is door prioriteiten nog niet in praktijk gebracht. Overleg hierover met de centra komt in de praktijk wel aan de orde maar kan meer gestructureerd.

AFNEMERS/BEDRIJVEN - Wat ging goed?

Er waren enkele grote afnemers die het grootste deel van de omzet leverden. De Nederlandse Zorgbemiddelaar verleende de opdracht voor ontwerp en de productie van een keukenschort als kerstgeschenk voor haar medewerkers. Zorginstelling Pameijer verleende een meerjarige opdracht voor ontwerp en productie van drie verschillende welkomstcadeaus voor nieuwe cliënten. Een knuffel, een rugtas en een ordner. Hogeschool Rotterdam organiseerde een kerstmarkt waar Rotterdams Handwerk een van de deelnemende bedrijven was. Het personeel kon op deze markt een eigen kerstpakket samenstellen. Technisch advies- en onderhoudsbedrijf Staveren & Livenco BV bestelde dertig kerstpakketten.

...wat kan beter?

Hoewel we verheugd zijn over de omzet die ze genereerden is duidelijk dat het aandeel van het Rotterdams bedrijfsleven groter en gedifferentieerder dient te worden. Inzetten op meerdere opdrachtgevers is dan ook een eerste prioriteit. Bedrijven met het Rotterdam DNA zijn de eerste die in aanmerking komen voor acquisitie. Onderzocht zal worden wat de invloed van het Songfestival event kan betekenen.

AFNEMERS/PARTICULIEREN - Wat ging goed?

Rotterdams Handwerk begint een zichtbaar merk te worden, de producten worden hoog gewaardeerd vanwege ontwerp en uitvoering. De voorkeur voor kunst-gerelateerde producten domineert. Belangrijkste argument om te kopen lijkt overeen te komen met de doelstelling: het bieden van werk met zingeving aan hen die een afstand tot de arbeidsmarkt hebben. Een duidelijk doel en een goed verhaal.

...wat kan beter?

De verkoop aan particulieren via de webshop blijft achter bij de prognose. Ook na het uitgebreide artikel in het Algemeen Dagblad bracht hierin onvoldoende verandering. De vraag kan hier gesteld worden of wij ons in voldoende mate ook profileren als verkoper van goed en verantwoord gemaakte producten. Op dit moment functioneert de webshop voornamelijk als catalogus en communicatie instrument.

De openstelling op vrijdagmiddag werkt onvoldoende, besloten is dan ook dit vooralsnog niet te vervolgen.

COMMUNICATIE - Wat ging goed?

In de rubriek *Producten uit eigen stad* verscheen er een annonce in de Uitagenda van juli/augustus. Een uitgebreid artikel onder de kop *Sociaal aspect staat centraal bij Rotterdams Handwerk* met een foto van de studio en directeur verscheen op 15 november in de Rotterdamse editie van het Algemeen Dagblad. De vele reacties via Social Media en anders waren zeer positief. Wekelijks werd gepost op Facebook met de nadruk op een actuele gebeurtenis.

De website heeft veel belangstelling, regelmatig vond updating plaats. Op LinkedIn verschenen de posts gericht aan bedrijven. Ook werden hier de eerste afleveringen gepost van een maandelijkse column met als verbindend thema de actualiteit van het sociale gezicht van de stad en wat de bijdrage van Rotterdams Handwerk hier kan zijn. In november verscheen *Inclusie & Exclusief*. In december verscheen: *Werkplaatsen of de Geraniums*.

Daar waar mogelijk vertoont Rotterdams Handwerk zich op netwerkbijeenkomsten.

...wat kan beter?

Ervan uitgaande dat de achterblijvende omzet door particulieren mede veroorzaakt wordt door onvoldoende zichtbaarheid zal hier via Social Media en free publicity via de dagbladpers op worden ingezet. Daarnaast zal de relevantie van de juiste netwerken dienen te worden aangeboord.

Rotterdams Handwerk zal zich de komende jaren meer dienen te manifesteren bij gemeentelijke overheidsdiensten en verwante organisaties. Dit om een rol te kunnen spelen in het lokale overstijgende debat rond welzijn, zorg en participatie. Een eerste stap is de maandelijkse nieuwsbijdrage in de vorm van bovengenoemde columns.



5. Impact

Stakeholders	Activiteiten Wat doet RH	Output Wat ontvangt stakeholder	Directe effecten Verandering bij stakeholders.	Hogere effecten Verandering lange termijn
Deelnemers	Productontwerp en -ontwikkeling. Levering gekwalificeerde producten. Bieden van vrijw. contracten. Levering hand-out instructies. Monitoring productie. Intermenselijke contacten. Web-shop beheer. Actualiseren van collectie. PR activiteiten.	Arbeidsuren om gekwalificeerd en zingevend werk te verrichten. Inkomsten uit vrijwilligersvergoeding. Hand-out instructies.	Nieuwe en onderlinge contacten. Aanvulling op inkomen. Vaardigheden. Structuur. Trots. Aandacht. Erbij horen Zingeving. Kennis van materialen. Kennis van werken in opdracht. Benutting van kennis en talent Toenemende professionaliteit.	Minder zorgafhankelijk. Meer grip op eigen bestaan. Handvatten voor in samenleving toepasbare situaties. Toename handvaardigheden. Herwaardering interculturele technieken.

Productiecentra	Verstrekking opdrachten. Levering gekwalificeerde materieel en halffabricaten. Ontwerp en ontwikkeling producten. Event organisatie t.b.v. ontwerp. Levering hand-out en instructie. Bespreking voortgang opdrachten. Monitoring productie. Web-shop beheer. Actualiseren van collectie. PR activiteiten. Coaching/training medewerkers en vrijwilligers.	Productiemogelijkheden. Arbeidsuren om gekwalificeerd werk te verrichten. Inkomsten uit productie. Kennis van producten- en fabricage. Hand-out instructies.	Groepsdynamiek. Positieve flow. Profilering. Verlichting van de druk om zingevend werk aan te bieden. Ontlastend voor dagbesteding. Uitbreiding van kennis, update van vaardigheden. Toenemende professionaliteit. Credits van opdrachtgevers. Structuur en dagritme. Trots voor het centrum.	Groei naar eigenstandig ondernemerschap. Minder afhankelijkheid van zorginstelling. Herijking 'oude' technieken die door niet Nederlanders worden binnengebracht. Kennisname nieuwe producten. Samenwerkingsopties.
Consumenten	Levering product. Ontwerp en ontwikkeling product. Informatie over product. Het 'verhaal' vertellen. Vraag stimuleren door o.a. social media. Webshop actualiseren. Productkwaliteit monitoren.	Goed en verantwoord product. 24/7 winkelen. Snelle levering. Goede prijs/kwaliteit verhouding.	Kennismaking met MVO producten. Verantwoordelijkheid t.o.v. de doelgroep. Opties voor uitbreiding lokale producten.	Zicht op mogelijkheden lokale producten. Diversiteit van lokale organisaties.
Bedrijven	Verwerving opdrachten. Het 'verhaal' vertellen. Custom made opdrachten ontwikkelen en bespreken.	Goed en verantwoord product. Participatie in ontwikkeling van product. Origineel relatiegeschenk.	Verantwoordelijkheidsgevoel t.o.v. de doelgroep en MVO gedachte.	Bewustwording deel uit te maken van samenleving. Mogelijkheden ontdekken van bredere participatie.
MVO organisaties en overheid	Het 'verhaal' vertellen. Netwerkbijeenkomsten bijwonen. Kennisuitwisseling.	Kennis en informatie m.b.t. doelgroep. Informeren over praktisch sociaal ondernemen.	Intensivering samenwerking.	Structureel netwerk/samenwerken. Lidmaatschap bredere lokale organisaties.

- De directe effecten voor deelnemers door de bestaande intermenselijke contacten.
Voorbeelden: in het project 1000 schorten vertelden de deelnemers, dat ze het leuk vonden met elkaar te werken, een teamgeest is ontstaan en dat ze veel geleerd hadden. Voor een aantal deelnemers met een vrijwilligers contract betekende de opdracht een aanvulling op het inkomen. Ze waren zichtbaar trots op het resultaat, zeker ook nadat AD/RD met een foto melding van het werk had gemaakt. Belangrijk te zeggen dat Rotterdams Handwerk relatief veel face-to-face contacten nastreeft, de lijnen kort houdt, bureaucratie wil vermijden, en snel positieve en minder positieve signalen op te pikken, en snel te kunnen reageren. Deze wijze van effectmeting vindt permanent plaats.
- De directe effecten voor productiecentra is af te lezen uit de uitgesproken wens tot deelname, de uitspraak dat het gerealiseerde product goed en interessant is en dat RH goed georganiseerd is. De opdrachten leverden in een aantal gevallen tot een andere structuur van werken, kwam de

groepsdynamiek ten goede. Aspecten zoals deadlines, kwaliteitsbewaking werden aangegeven als moeilijk maar van groot effect op de motivatie waarmee het werk werd verricht en uitkijkt naar de volgende opdracht. De aanschaf van professionele naaimachines n.a.v. enkele RH opdrachten geeft het centrum meer eigenstandigheid. En komt de profilering van het centrum t.o.v. de zorgorganisatie waar ze deel van uitmaakt ten goede. Het appel die RH doet op de vaardigheden van deelnemers van niet-Nederlandse afkomst heeft geleid tot meer vraag uit die hoek, ook vanuit het perspectief van de herwaardering van het kunnen, de emancipatie van deze groep mensen.

De opdrachten, zoals meermalen is meegedeeld, ontlasten het centrum van ‘het bedenken’ van bezigheden. ‘RH biedt tenminste serieus werk.’

3. De directe effecten voor de consument wordt gemeten door het geregistreerde aantal verkopen, het aantal bezochte webshop bezoekers volgens interne opgave, en de reacties van het publiek in contact met directe verkoop, zoals markten. De kwaliteit, de prijs/kwaliteit verhouding en de tevredenheid in de levering.
4. De directe effecten voor bedrijven
Dit wordt gemeten door de verwerving van opdrachten, en de peiling van reacties op de opdrachten.
5. De directe effecten voor overheid en MVO organisaties
Rotterdams Handwerk is de laatste maanden in toenemende mate benaderd voor deelname aan lokale horizontale organisaties zoals Voorgoed, een initiatief van de gemeente Rotterdam. Doel van deze en andere organisaties is een platform te bieden en krachten te bundelen van lokale MVO-ondernemingen.

