

Hussain Aljaberi | Anand Baldew | Frank Dubbeldeman



Ebe Preesman | Justin Slabbekoorn

DEEGELIJK

Een exclusieve, eenmalige uitgave



HOE START JE EEN BAKKERIJ IN DE AFRIKAANDERWIJK?

PROJECTGROEP WIJZIJNROTTERDAM

Alle rechten voorbehouden ©

januari 2015

Dit is een digitaal exemplaar. Het is u niet toegestaan dit exemplaar af te drukken of te verspreiden van de auteurs te verspreiden



INHOUD

REDACTIONEEL	4
ONDERZOEK	5
ONDERZOEKERS: HET TEAM STELT ZICH VOOR	6
WIJ ZIJN ROTTERDAM: DE OPDRACHTGEVER	8
KANSEN EN RISICO'S IN DE AFRIKAANDERWIJK	10
IN GESPREK MET: ANNA-MARIA CARBONARO	12
DE WIJKAGENTEN AAN HET WOORD	14
STICHTING AFRI: SARHAN HACENE OVER DE WIJK	16
HET WIJKWAARDENHUIS: ANNET VAN OTTERLOO	17
STADSONTWIKKELING: IN GESPREK MET FRANK BELDERBOS	18
BEHOEFTE'S IN DE AFRIKAANDERWIJK	20
DEEGELIJK: ONTWERP VOOR EEN BAKKERIJ	22
DEEG KNEDEN: EEN GEKNEED BUSINESSPLAN	24
BROODWINNING: VERKOOPKANALEN	26
SAMENVATTING VAN HET SPONSORPLAN	27
HET RECEPT: ANTWOORD OP HOOFD- EN DEELVRAGEN	28
BAKKEN MAAR: AANBEVELINGEN	32
EINDWOORD	33
BRONNEN	35

Paul Krugerstraat

ECHT NIEUWS

De Afrikaanderwijk is volop in ontwikkeling. Om u hiervan op de hoogte te houden, plaatsen we regelmatig 'wallnews' op verschillende plekken in de wijk. Hier weten even de onderwerpen in de krant of andere ontwikkelingen? Kijk dan eens op nieuw Zuid.nl

DENK HEE OVER
NAAM HUISKAMER
THEEBOSBUURT!



De naam Theebosbuurt is al jarenlang een van de meest bekende namen in de wijk. Het is een naam die veel mensen kennen, maar die niet iedereen weet. Het is een naam die veel mensen kennen, maar die niet iedereen weet. Het is een naam die veel mensen kennen, maar die niet iedereen weet.

NIEUW JAAR, NIEUWE CAMPAGNE!



ECHT AFRIKAANDERWIJK

Echt Zuid, Echt Afrikaanderwijk

Binnen twee maanden is er een nieuwe campagne van de wijk. Het is een campagne die veel mensen kennen, maar die niet iedereen weet. Het is een campagne die veel mensen kennen, maar die niet iedereen weet.

ZEHEN VOOR
VOLHASSENEN



Een nieuw ontwerp is er bij de wijk. Het is een ontwerp dat veel mensen kennen, maar die niet iedereen weet. Het is een ontwerp dat veel mensen kennen, maar die niet iedereen weet.

De wijk is een wijk die veel mensen kennen, maar die niet iedereen weet. Het is een wijk die veel mensen kennen, maar die niet iedereen weet.

THUISKOKS TEGEN
EENZAAMHEID



De wijk is een wijk die veel mensen kennen, maar die niet iedereen weet. Het is een wijk die veel mensen kennen, maar die niet iedereen weet.

HOOG GEVELS
VOOR WINKELS
AFRIKAANDERWIJK



De wijk is een wijk die veel mensen kennen, maar die niet iedereen weet. Het is een wijk die veel mensen kennen, maar die niet iedereen weet.

EEN SCHONE
AFRIKAANDERWIJK



De wijk is een wijk die veel mensen kennen, maar die niet iedereen weet. Het is een wijk die veel mensen kennen, maar die niet iedereen weet.

GESLAAGD
HERFSTFESTIVAL



De wijk is een wijk die veel mensen kennen, maar die niet iedereen weet. Het is een wijk die veel mensen kennen, maar die niet iedereen weet.

VERBINDING PAUL
KRUGERSTRAAT
- LAAN OP ZUID



De wijk is een wijk die veel mensen kennen, maar die niet iedereen weet. Het is een wijk die veel mensen kennen, maar die niet iedereen weet.

AFRIKAANDERWIJK. ECHT ZUID
MEER WETEN? KIJK OP nieuw Zuid.nl

REDACTIONEEL



DEEGELIJK

In uw handen ligt een exclusieve, eenmalige uitgave van 'Deegelijk'. Dit magazine is het eindproduct van de projectgroep Wij Zijn Rotterdam. In dit magazine presenteren wij onder andere wat we hebben gedaan tijdens de Minor+ Mee-doen op Zuid; interviews met prominente figuren uit de wijk, het geven van een beeld van de wijk en de opdrachtgever, het presenteren van een virtuele bakkerij, hoe wij deze zouden opzetten en ten slotte concluderen of een bakkers-werkplaats de beste onderneming is om in te zetten als sociale werkplaats.

Onze dank gaat uit naar onze opdrachtgevers Lisette Magis en Freek Spek-snijder, de oprichters van stichting Wij Zijn Rotterdam, onze coach Atie Mol, docenten Joop Berding, Kitt Bosman, Margriet Clement, Anne Kooi-man en Wouter Pols. Tot slot bedanken we ook alle studenten die deel hebben genomen aan de Minor+ voor hun inzet en feedback.

OPDRACHT

Onze opdracht is gebaseerd op de stichting Wij Zijn Rotterdam. Deze stichting heeft als visie het creëren van werkgelegenheid voor werklo-zen uit de Afrikaanderwijk, Rotterdam. Het streven is daarbij een bij-drage te leveren aan het verbeteren van de leefbaarheid in de wijk.

Door het opstarten van een Bakkerswerkplaats waarin werklozen uit de wijk worden opgeleid tot bakkers krijgen zij, naast dat ze een ambacht leren, weer ritme in hun leven en daarnaast zicht op een nieuwe en betere toekomst.

Omerachter te komen wat de beste manier is om zo'n sociale werkplaats op te zetten hebben wij een onderzoek uitgevoerd. De uitkomsten van het onderzoek worden in dit magazine gepresenteerd. Voor het onderzoek zijn hoofd- en deelvragen opgesteld.

ONDERZOEK

WAAR GAAT HET OVER?

Hoe zorg je voor een commercieel rendabele onderneming met een zo groot mogelijke sociale impact op de Afrikaanderwijk? Dat is de vraag die we in dit magazine zo goed mogelijk gaan beantwoorden. Hierbij ontkomen wij er niet aan om onszelf ook de volgende vragen te stellen.

1. Wat zijn de kansen in de Afrikaanderwijk op het gebied van werkgelegenheid?
2. Wat zijn de kansen in de Afrikaanderwijk op het gebied van werkwilligheid?
3. Wat zijn de kansen in de Afrikaanderwijk op het gebied van openbare ontmoetingsplekken?
4. Wat zijn de risico's in de Afrikaanderwijk?
5. Wat is het effect van een opleiding op een werkloze?
6. Op welke wijze wordt het verkoopkanaal vormgegeven?
7. Hoe kan stichting Wij Zijn Rotterdam bijdragen aan het verbe-teren van de leefbaarheid in de Afrikaanderwijk?

Op de volgende pagina leest u alles over de onderzoekers, hun keu-ze voor deze minor en wat hun grootste bijdrage aan het project is geweest.

TEAM

Hussain Aljaberi
Anand Baldew
Frank Dubbeldeman
Ebe Preesman
Justin Slabbekoorn

WEBSITE

Tijdens de Minor+ hebben wij een blog bijgehouden. Hierop hebben wij bijgehouden wat we hebben gedaan.

<http://www.projectgroepwzr.wordpress.com>

COPYRIGHT

Deze uitgave mag op geen enkele wijze aangepast of vervaelvuldigd worden zonder uitdrukkelijke toestemming van de auteurs en is enkel bedoeld voor educatieve doeleinden.

Contact over gebruik via:
justin93@outlook.com





Hussain Aljaberi

Hussain Aljaberi is met een bouwkundige achtergrond gericht op stedelijke vernieuwing.

Deze minor+ was voor hem een uitdaging. Vooral om met verschillende studenten aan een casus te werken. Zijn grootste motivatie voor deze minor is de samenwerking tussen opdrachtgever en studenten als uitvoerders. Complexe vraagstukken die een innoverende oplossing nodig hadden op verschillende

vakgebieden vindt hij interessant.

De grootste persoonlijke ontwikkeling van de afgelopen vijf maanden voor hem is de realisatie dat je het met z'n allen moet doen, en dat je zeker niet je rug moet keren aan partijen met dezelfde belangen, maar juist een verbinding moet creëren zodat je iets voor elkaar kunt betekenen.

Anand Baldew

Anand is vierdejaars student Small Business en Retail Management en de oudste van de groep. 5 jaar geleden is Anand gaan samenwonen in Rotterdam. Hier is hij weer gaan studeren.

het de meest innovatieve vorm van ondernemen is. Om deze reden was voor hem Wij Zijn Rotterdam de opdrachtgever. Zij combineren het sociale met het neerzetten van een onderneming.

Anand heeft gekozen voor de minor Meedoen op Zuid omdat hij er zelf woonde en het sociale aspect van de minor hem aansprak. Sociaal ondernemen vindt Anand interessant omdat

Anand heeft nooit stress, zorgt voor binding tussen mensen en denkt creatief na over oplossingen. Hij heeft zich binnen het project voornamelijk bezig gehouden met het businessplan.



Frank Dubbeldeman

Frank studeert Culturele en Maatschappelijke Vorming. Hij heeft voor deze minor gekozen omdat hij het interessant vindt om te kijken naar nieuwe, innovatieve, manieren van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Verder is hij groot voorstander van leren vanuit de praktijk. Daarnaast vindt hij het erg interessant om multidisciplinair te werken om de visies en ideeën te toetsen aan die van hemzelf.

Hij werkt in de culturele sector waarbinnen de trend de laatste tijd erg ligt bij zelfredzaamheid. Vanuit de opleiding ziet Frank geen aandacht voor ondernemerschap. "Hier wil ik dus zoveel mogelijk meekijken en over leren. In de minor draag ik bij aan het sponsorplan, creativiteit, normen en waarden van de onderneming en kan adviseren over het traject van de leerlingen."



ONDERZOEKERS

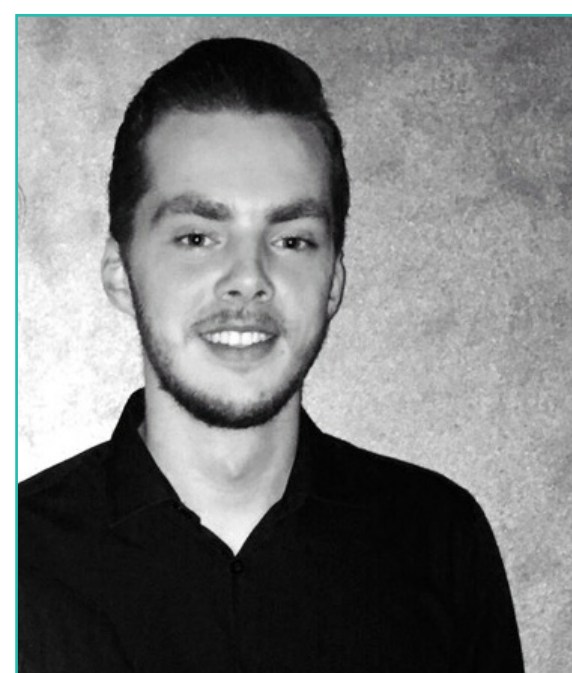
HET TEAM STELT ZICH VOOR



Ebe Preesman

Ebe Preesman is vierdejaars Maatschappelijk Werk & Dienstverlening student, 23 jaar oud en woont samen in Ridderkerk. Zijn belangrijkste motivatie voor de minor+ Meedoen op Zuid is de samenwerking met andere studierichtingen en beroepsgroepen. Deze unieke samenwerking is voor hem een goede kans nieuwe inzichten op te doen en zijn eigen kennis en vaardigheden over te brengen. Behalve de sociale kant heeft hij ook veel commerciële ervaring wat ervoor gezorgd heeft dat

hij juist voor Wij Zijn Rotterdam heeft gekozen. Tijdens de minor is hij voornamelijk bezig geweest met de ontwikkeling van verkoopkanalen voor de bakkerswerkplaats en het leggen van verbanden tussen de kennis van sleutelfiguren/professionals en het vraagstuk van de minor. De grootste ontwikkeling heeft hij gemaakt op het gebied van actief burgerschap en hoe dit ingezet kan worden ten behoeve van een wijk zoals de Afrikaanderwijk.



Justin Slabbekoorn

Oneindig perfectionistisch, creatief, innovatief, muzikant, docent Engels

Justin is 21 jaar oud en vierdejaars student aan de Lerarenopleiding Engels vo/bve. Daarnaast werkt hij als docent op het Grafisch Lyceum, organiseert hij feesten met de feestcrew van de lerarenopleiding, is lid van het studentpanel Engels en de opleidingscommissie en heeft ook nog een sociaal leven.

De keuze voor deze minor was snel gemaakt. Justin wilde ook eens buiten de lerarenopleiding kijken en hij wilde graag meer te weten komen over Rotterdam-Zuid omdat hij er zelf woont.

Innovatief? Jep. Creatief? Ook. Dit heeft hij tijdens de minor te laten zien door zich niet uit het veld te laten slaan als het even tegen zat. Zijn grootste bijdrage in de groep is het ontwerp van het magazine wat u nu in uw handen heeft.

**“ONZE GROOTSTE KRACHT IS
HET DOEN, EN DE ENERGIE OM
ALTIJD DOOR TE GAAN”**

- FREEK SPEKSNIJDER



WIJ ZIJN ROTTERDAM

Wij zijn Rotterdam wordt gevormd door Lisette Magis & Freek Speksnijder. Zij hebben een heel duidelijke visie over hoe de Bakkerswerkplaats er uit zal komen te zien en hoe in het verlengde hiervan de stichting Wij zijn Rotterdam er uit komt te zien.

Lisette en Freek beschrijven zichzelf op site van hun bestaande bedrijf Salon Daar (www.salondaar.nl) als volgt:

Ir. Lisette Magis is architect, en ook een zeer effectieve manager: energiek, creatief, harde werker en trouw. Ze is zakelijk en van de grote lijnen, concepten en ideeën. Ze combineert uitstekende people managementskills, NLP en Lean methodieken met grote netwerkvaardigheden en gedetailleerde operationele vaardigheden. Zij deelt op creatieve manieren kennis en brengt verder, vindt nieuwe kenniscombinaties en maakt deze productief in netwerken. Ze krijgt dingen gedaan en kan belangrijke verbindingen tot stand brengen. Ze verbindt met enthousi-

asme mensen en de onderwerpen waarmee die mensen bezig zijn.

Freek Speksnijder is architect en heeft 20 jaar ervaring opgebouwd bij verschillende architecten bureaus, nationaal en internationaal. Grote complexe combinatie gebouwen in binnenstedelijk gebied, onderwijsgebouwen en stedenbouwkundige opgaven behoren tot zijn expertise.

Het is zijn drijfveer om de partijen te inspireren, motiveren en mee samen te werken om tot het beste resultaat te komen voor de opdrachtgever. Zijn kracht en energie zit 'm in het generen van creatieve concepten en ontwerpen en deze met en voor diverse partijen omzetten in een concreet bouwplan. Het genereren van ideeën en beelden geeft klanten inzicht in waar ze naar toe willen met hun gebouw en hun plek in de stad.

Freek kan met zijn overtuiging en ervaring, specialisten en adviseurs op adequate wijze meenemen in de ontwerpgedachten en deze expertises bij elkaar brengen om tot een integraal ontwerp te komen.

Freek en Lisette hebben een huiskamerrestaurant en vanuit dat netwerk hebben zij een vraag gekregen van Vestia, namelijk: willen jullie een economische impuls geven aan de Afrikaanderwijk? Deze uitdaging hebben zij



met beide handen aangegrepen en vanuit dit idee is 'Wij zijn Rotterdam' ontstaan. Toch is het idee van 'Wij zijn Rotterdam' wel veranderd. Het eerste principe was het opzetten van ondernemingen om deze vervolgens te laten runnen door ondernemers. Al snel bleek dit geen goede aanpak en is besloten dat Freek en Lisette zelf de ondernemingen zouden gaan runnen. Financiering bleek een uitdaging te zijn; er is veel energie gaan zitten in crowdfunding en uiteindelijk heeft dit succes gehad. Er was ook vreemd vermogen nodig om in totaal drie ondernemingen te kunnen starten. Bij zowel banken als fondsen was dit op dat moment niet rond te krijgen. Een leuk detail is dat al diverse fondsen op dit moment wel zelf hun hulp aanbieden aan 'Wij zijn Rotterdam'.

Omdat financiering een uitdaging bleek is gekozen om te beginnen met één onderneming: "de Bakkerswerkplaats". Een plek waar brood wordt gemaakt door leermeesters en werkzoekenden in opleiding, waarbij de verkoop plaatsvindt in Katendrecht en andere wijken van Rotterdam. Een plek waar echte Rotterdammers een kans krijgen om een vak te leren. Het pand voor de bakkerij was

gevestigd op de hoek van de Pretoriaaan en de Bloemfonteinstraat. Een prachtig pand dat net gerenoveerd is, met hoge ramen en centrale ligging.

Freek en Lisette hebben het vaak over "DOEN", en nadat het pand betrokken werd zou "doen" de logische vervolgstap moeten zijn. Helaas heeft het proces hier een tijd stilgestaan, er waren namelijk een aantal randvoorwaarden waar nog niet aan voldaan was. Het pand had nog een aantal broodnodige aanpassingen nodig en de verhuurder had aangeboden een verbouwing te betalen. Dit is echter nooit gebeurd met als uiteindelijk resultaat dat er nu een nieuw pand betrokken wordt, deze keer op Katendrecht.

Over een aantal jaren staat de Bakkerswerkplaats niet meer alleen. Er zullen meerdere winkels, zoals wellicht een innovatielab, zijn. Zoals gezegd is er een stichting genaamd 'Wij zijn Rotterdam'. Het doel van 'Wij zijn Rotterdam' is het helpen van ondernemingen en ondernemers bij het opstarten. Er zal dan sprake zijn van een 'copartnership' waarbij de stichting voor een gedeelte aandeelhouders is en als het ware als een incubator van de ondernemingen fungeert.

Zodra een onderneming succesvol is begint deze terug te geven door het steunen van de stichting en daarmee het helpen van weer nieuwe ondernemingen.

Al met al is er veel lof voor de wijze waarop Freek en Lisette zich hebben ingezet. Toch zijn er ook kritische kanttekeningen. Zo vragen veel mensen en organisaties zich af waarom de schoenmaker niet bij zijn leest blijft. Zelf reageren Freek en Lisette hier laconiek op: als je een goed idee hebt is kennis misschien wel de minst belangrijke factor. Lisette is bijvoorbeeld opgeleid als architect maar heeft ook lang gewerkt in de telecom, een branche waar zij voor die tijd nul ervaring in had. Toch was zij in staat om ook hier haar werk goed uit te voeren.

Dat je voor bijvoorbeeld het bakken van brood wel kennis nodig hebt wordt overigens niet vergeten. Er wordt daarom een samenwerking aangegaan met een bakker die zich ook qua management verbonden heeft aan de bakkerswerkplaats. Het nieuwe pand biedt perspectief voor de toekomst en het is duidelijk dat zowel Freek als Lisette niet snel opgeven en er nog steeds keihard voor willen gaan.

KANSEN EN RISICO'S IN DE AFRIKAANDERWIJK

WI HAVE RUIMTE VOOR JOUW IDEE

We spraken Willenmijn Visser van Vestia over wat de Afrikaanderwijk te bieden heeft en waar mogelijk valkuilen liggen. Uit interviews met andere sleutelfiguren uit de wijk hebben we ook kansen gehaald. Op deze pagina presenteren we een overzicht van de kansen en risico's in de Afrikaanderwijk.



Het is een levendige, multi-culturele wijk. Dit biedt de kans om over verschillende culturen te leren en veel kennis uit te wisselen.

De Afrikaandermarkt op woensdag en zaterdag. Mensen van binnen en buiten de wijk bezoeken de markt en dat is goed voor de lokale economie.

De wijk heeft een centrale ligging. Je bent zo in het centrum en zeker nu de Paul Krügerstraat doorgetrokken wordt naar de Laan op Zuid wordt de Afrikaanderwijk een verbinding voor het centrum en de Kop van Zuid met de rest van Zuid.

De woningen zijn goed betaalbaar en er is veel gerenoveerd waardoor de kwaliteit over het algemeen goed is. Dit trekt veel kunstenaars en andere creatievelingen, die op hun beurt de wijk kleur geven en anderen kunnen stimleren voor projecten.

De Pretoriaaan, met name het Pretoriablok, zit vol met nieuwe ondernemingen die gerund worden door jonge ondernemers. Ook krijgen jongeren de kans om zich bij deze ondernemingen te ontwikkelen (denk aan Niffo en Rotterdamse Confituren).

Er is een ondernemersgeest in de wijk. Borden als 'WI HAVE RUIMTE VOOR JOUW IDEE' stimuleren dit en het project hier omheen biedt daadwerkelijk de kans ondernemingen te starten.

Het Afrikaanderplein en -park zijn het centrum van de wijk en bieden ruimte om evenementen te organiseren op grote schaal. De hele wijk kan hierbij betrokken worden en aan deelnemen.

Corporaties zoals Vestia worden door de overheid teruggedroten en moeten zich meer aan hun kerntaak houden. Het gevolg is dat er minder geïnvesteerd kan worden in de wijk.

De middenklasse trekt weg uit de wijk omdat er weinig mogelijkheden zijn wat betreft wooncarrière. Dit zorgt er ook voor dat er kennis uit de wijk vertrekt.

Er zijn onvoldoende voorzieningen voor ouderen. Dit gaat ten koste van de gezondheid en kan eventueel zelfs tot gevolg hebben dat ouderen eerder overlijden dan gemiddeld.

Hoewel de woningen goed betaalbaar zijn, blijven ze eenzijdig qua aanbod. Dit trekt vooral mensen met lage inkomens aan. Deze hebben vaak ook een lager kennisniveau dan gemiddeld.

Er is sprake van een drugseconomie in de wijk. Deze is niet direct zichtbaar op straat, maar bestaat wel achter de voordeur. Dit kan mensen afschrikken om naar de wijk te komen.

Verschillende bevolkingsgroepen in de Afrikaanderwijk mengen minder goed met elkaar dan in de rest van Rotterdam. Dit kan vroeg of laat spanningen opleveren tussen deze groepen.

De focus ligt met name bij de probleemjongeren. Zij krijgen alle aandacht. Hierdoor worden er minder kansen geboden aan jongeren die wel hun best doen en hebben zij minder kans om hun talenten te ontplooien.





Anna-Maria Carbonaro is niet alleen één van de opdrachtgevers van deze Minor+, maar ze is ook nog eens een enorm grote bron van informatie. Ze is inwoner van de Afrikaanderwijk en heeft in het verleden al ontzettend veel gedaan in en voor de wijk. Ze is opbouwwerker geweest en als je in de Afrikaanderwijk vraagt bij wie je moet zijn om meer over de wijk te weten te komen komt haar naam bijna altijd wel voorbij. Tegenwoordig is ze als ZZP'er actief met allerlei initiatieven en naar eigen zeggen maakt ze zichzelf met haar werk graag overbodig.

We gingen met Anna-Maria in gesprek over de wijk. Ze gaf als eerste aan dat ze merkt dat de wijk heel hecht is, maar dat er verschillende groepen zijn. Hoewel er geen spanningen zijn mengen die groepen niet echt met elkaar. Er is bijvoorbeeld weinig tot geen interactie tussen de Turkse en Marokkaanse gemeenschap.

De bevolkingsgroepen van haar eigen generatie mengen wel en ze merkt dat deze groepen zich ook echt betrokken voelen bij de wijk. Door de nieuwbouwprojecten in de wijk komen veel oud-bewoners terug naar de wijk en je merkt bij die groep dat ze een sterke binding hebben met de wijk.

Toen Anna-Maria als opbouwwerker van de Afrikaanderwijk actief was merkte ze dat mensen graag samen dingen willen doen en zich graag inzetten voor de wijk. Wat er mist? *“Organisatorisch talent. Helpende handen zijn er genoeg, maar er zijn niet echt mensen die opstaan en zeggen: ik organiseer dit in de wijk, zoals de Afri Olympische Spelen in 2012.”* aldus Anna-Maria. Ze vertelde ook over verschillende initiatieven in de wijk: *“Niffo is wel vanuit een bewoner zelf opgepakt, net als het wijkatelier en de wijkkeuken. Dit moest in eerste instantie goed aangezwengeld worden voordat er echt iets ontstond. De wijk is heel dynamisch, maar er zijn ook veel jongeren die redelijk gefrustreerd rondlopen. Wat je veel merkt in deze wijk, maar ook in andere probleemwijken, is dat de focus ligt op jongeren die problemen veroorzaken en niet*

op de jongeren die goed bezig zijn. Op het moment dat je problemen veroorzaakt krijg je aandacht en dan krijg je dingen voor elkaar. Dat vind ik echt een verkeerd signaal.”

Zo gaf ze een voorbeeld van een situatie waarbij jongeren een voetbalveldje wilden, maar dat kwam er maar niet. Vanaf dat moment ging een groep jongeren hangen en zorgde constant voor problemen. Die zone kreeg veel aandacht van de politie. Toen de jongeren gevraagd werd wat er gedaan kon worden om de situatie te verbeteren gaven ze opnieuw aan een voetbalveldje te willen. Pas toen is het veldje er gekomen en dat vind Anna-Maria de omgekeerde wereld.

Ooit was er een ijsbaan in de wijk. Anna-Maria wilde deze laten beheren door jongeren uit de wijk, maar stuitte op tegenwerking vanuit de gemeente. Zij waren bang dat het geld weggegeven zou worden aan de “vervelende” jongeren uit de wijk. Terwijl Anna-Maria de jongeren dus het gevoel wilde geven dat ze nuttig bezig waren keek de gemeente veelal naar de mogelijke problemen die het beheren van de ijsbaan met zich meebracht.

Het feit dat de Afrikaanderwijk een hele jonge wijk is met jongeren die willen biedt volgens Anna-Maria enorm veel kansen. Ook de jongeren die foute keuzes hebben gemaakt willen iets van hun leven maken, zolang ze die kans maar krijgen. Wat er nodig is? Mensen die die kans geven en dat kunnen faciliteren.

“Eigenlijk ben ik constant bezig om mezelf overbodig te maken.”

- ANNA-MARIA CARBONARO

Het idee van de bakkerswerkplaats vond Anna-Maria eigenlijk een onzichtbaar project. Ze gaf daarbij wel een dat dat niet helemaal eerlijk is, omdat ze door haar werk bij de Proeftuin Feijenoord minder van de Afrikaanderwijk zag, maar ze kreeg nog wel de notulen van het Afri verbindnetwerk doorgestuurd en daar is de bakkerij nooit naar voren gekomen. Het verbindnetwerk is volgens haar hét platform om initiatieven in de wijk te verbinden, dus dat is een gemiste kans. Verder hadden de bewoners uit de wijk al veel meer op de hoogte kunnen zijn van het project. Op die manier had Wij Zijn Rotterdam meer binding gekregen met de wijk en was het belang duidelijk geweest. Projecten als deze vindt Anna-Maria overigens wel heel goed en ze is van mening dat je moet coachen, zodat je de onderneming uiteindelijk los kunt laten en de wijkbewoners hem zelf kunt laten runnen.

Een bakkerij lijkt haar niet ideaal, omdat er al een aantal goede bakkerijen zijn en probleemjongeren om vijf uur laten opstaan om te gaan werken lijkt haar ook niet ideaal. Ook toen we aangaven dat ze jongeren niet om vijf uur op hoeven te staan doordat de bakkerij aan huis levert en weet hoeveel brood er iedere dag gemaakt moet

worden leek het haar niet ideaal. *“Als je het vak écht wil leren hoort om vijf uur opstaan hier ook bij.”* Wat volgens haar wel zou werken is het opzetten van een soort keten. Zo zou de stichting bijvoorbeeld samen kunnen werken met Niffo en de Fes Bakkerij aan de Paul Krügerstraat. De jongeren zouden vanuit Niffo kunnen doorstromen naar de bakkerswerkplaats om opgeleid te worden tot bakker, waarna ze kunnen uitstromen naar de Fes Bakkerij. Verder zou ze graag zien dat probleemjongeren gekoppeld worden aan jongeren die wel bezig zijn met bijvoorbeeld studeren en een goede structuur hebben.

De grootste behoefte in de wijk is volgens Anna-Maria meer communicatie en samenwerking. Samenwerken op verschillende manieren. Zo is iets aan iemand vertellen zodat de andere partij er iets mee kan doen volgens haar ook al samenwerken. Vroeger was er een wijkkrantje waardoor bewoners op de hoogte bleven. Dit soort vormen van communicatie zou Anna-Maria graag weer in de wijk terug zien. Concluderend zegt ze dat de Afrikaanderwijk een verbinder nodig heeft die inventariseert en in de ideale situatie verbindingen maakt!





DE WIJK-AGENTEN

Jan Pots is wijkagent in de Afrikaanderwijk sinds tien jaar en werkt samen met Ivo Wiessenhaan die al vier jaar actief is in de wijk. Samen zijn ze de ogen en oren in de wijk en proberen steeds te zoeken naar hoe zij problemen kunnen voorkomen. Met lokale partners delen zij informatie en ze werken samen met bewoners en natuurlijk ondernemers. Indien nodig grijpen ze in maar ze proberen partijen zoveel mogelijk samen te brengen en de angel uit situaties te trekken.

Waar zijn jullie in de Afrikaanderwijk het meest druk mee?

In de Afrikaanderwijk proberen wij samen te werken met de burger. Voorheen belden burgers de politie bij problemen, om vervolgens achterover te leunen en hen het probleem op te laten lossen. Nu zoeken wij de oplossing van het probleem in de samenwerking met diezelfde burger. Dat doen we door de burgers een top drie te laten maken van erenissen, vervolgens gaan we samen met de burgers de wijk in om te bespreken hoe wij overlast kunnen voorkomen.

Wat is op dit moment de top drie in de wijk?

Dit verandert steeds, want als een doel behaald is wordt er weer een nieuw doel gesteld. Op dit moment hebben we het vooral over: hangjeugd & drugsoverlast, baldadigheid en vuil op straat. De politie pakt de hangjeugd aan en wij gaan met ze in gesprek. Wij vragen ze waarom ze hangen en wat we daaraan kunnen doen.

Met wat voor burgers werken jullie dan vooral samen?

De Afrikaanderwijk is een gemêleerd gezelschap met allerlei verschillende soorten mensen van verschillende pluimages. De echte overlast wordt veroorzaakt door een aantal families die erg veel invloed hebben in de Afrikaanderwijk. Deze families hebben een drugseconomie in de wijk gecreëerd waardoor veel overlast wordt veroorzaakt. Wij proberen samen te werken met iedereen die hier hinder van ondervindt en proberen zoveel mogelijk te motiveren.

Kunnen jullie een voorbeeld geven van een probleem dat hier tien jaar gelden speelde maar dat nu is opgelost?

Zoals al eerder verteld wordt heel veel van de overlast die er is veroorzaakt door een drugseconomie en dit is gewoon heel erg lastig op te lossen. Het is wel zo dat er tien jaar geleden erg veel problemen waren rondom het park bij het Afrikaanderplein. Er was sprake van junks op straat, prostitutie, dealers enzovoort. Rondom het park is een hek geplaatst dat na zons- ondergang dicht ging en die problemen zijn nu helemaal weg.

Veel van de problematiek die nu nog speelt in de wijk speelt zich af achter de voordeur en is uit het straatbeeld verdwenen. Drugshandel, prostitutie je ziet het zeer zelden op straat, maar is het weg? Nee. De ellende is dat er in de wijk enorm goede drugs verkocht wordt. Dat heeft een aantrekkingskracht op Duitsland, Frankrijk, België enzovoort. Er wordt gewerkt vanuit drugshuizen en is meer verborgen.

Spelen ondernemers een rol in het oplossen van dit soort problematiek?

Helaas spelen sommige ondernemers een rol in de problematiek, er worden veel nep ondernemingen opgericht die gebruikt worden om wit te wassen. Deze ondernemingen zijn altijd weer te linken aan de families die de drugseconomie runnen in de wijk. Toch zijn de meeste ondernemers hardwerkende Rotterdammers die graag wat willen betekenen voor de wijk.

Wat willen jullie dan bereiken in de wijk?

We hebben gewerkt met een keurmerk veilig ondernemen. Door middel van dit keurmerk moest de wijk aantrekkelijk worden, waardoor mensen kwamen shoppen in de Afrikaanderwijk. Je organiseert daar dan een bijeenkomst voor waar je erg enthousiast over bent en dan komt er welgeteld één ondernemer opdagen. Er is dus lang niet altijd draagvlak vanuit de ondernemers om te werken aan de problematiek in de wijk.

Onze opdrachtgever wil zich richten op het creëren van banen. Het idee is om een bakkerij te beginnen waar werklozen worden geschoold om later door te stromen naar een betaalde baan. Wat vinden jullie hiervan?

Het is geen nieuwe idee want dit is al wel eens geprobeerd met een restaurant. Dit richtte zich vooral op jongeren om deze te scholen in de horeca. Gevolg: het restaurant werd overvallen op het moment dat er veel geld in de kas was. Dit kwam doordat de overvallers werden getipt door de jongeren die werden opgeleid. Dat was dus geen succes, maar dit soort initiatieven moeten we wel blijven proberen. Het probleem met de jongeren hier is dat ze het eigenlijk te goed hebben; ze krijgen een

"ALS ER NIET WORDT GECOMMUNICEERD GAAT DE KRACHT ER VANAF."

uitkering, hebben wat drugsinkomsten en kunnen uitslapen. Daar wordt veel meer mee verdiend dan een bakkersopleiding.

Ik ben wel erg enthousiast over het idee maar er moet goed worden nagedacht over met welke doelgroep je dan wilt werken. Een tweede overweging is of het wel een goed idee is om juist een bakkerij te beginnen. Er zijn al een aantal bakkerijen in de Afrikaanderwijk en zij zijn niet blij met concurrentie.

Wat moet een ondernemer dan concreet doen om een grote sociale impact te kunnen hebben?

Het is belangrijk dat je niet zelf het wiel uit probeert te vinden. Er zijn al veel organisaties in de Afrikaanderwijk actief en als je hier mee samenwerkt voorkom je veel problemen. Bijvoorbeeld Dock en Stichting Jongerenwerk gaan veel met bewoners van de wijk om. Het verschil met de politie is dat deze mensen prettig zijn voor de bewoners, want zij geven geen bekeuringen. Die hebben daardoor een goede informatiepositie en kunnen je bijvoorbeeld heel goed helpen bij het

werven van kandidaten.

Veel initiatieven worden gestart door mensen die zelf niet in de Afrikaanderwijk wonen. Hoe kijken jullie hier tegen aan?

Wat wij veel zien is dat er niet met elkaar wordt gecommuniceerd, daardoor gaat de de kracht ervan af. Omdat er niet gedeeld wordt in informatie krijg je een overdaad aan hulpverlening. Dit klinkt als een erg goed initiatief maar wij horen er nu voor het eerst van. Wij hebben niet eerder gecommuniceerd met jullie opdrachtgever en hadden broodnodige informatie kunnen doorgeven.

Wat je ook gaat doen in de Afrikaanderwijk, je moet zoveel mogelijk met alles en iedereen communiceren over wat je doet en wat je nodig hebt. Op die manier kan er een vuist worden gemaakt in de wijk. Het is belangrijk dat de bewoners je kennen als een van hun. Je moet tussen hen in staan en je moet exact weten hoe de wijk in elkaar steekt. Dit is lastig als je zelf niet uit de Afrikaanderwijk komt en daardoor zul je hier dus in moeten investeren want je kunt niet zonder. Dit kun je bijvoorbeeld doen door te participeren in een buurtbestuur.

Hoe kun je communiceren en delen met de burgers van de Afrikaanderwijk?

Via de officiële instanties die vaak al lijntjes hebben met de burgers, bijvoorbeeld een Imam heeft een enorme invloed op een grote groep burgers in de Afrikaanderwijk. Je moet in eerste instantie dus gebruik maken van de lijntjes die de netwerkpartners al hebben om hun doelgroep te benaderen. Op die manier bouw je vanzelf contacten met de burgers op.





“WIJ HEBBEN DE WERELDKAMPIOEN BREAKDANCEN IN DE WIJK. DIT ZIJN DE PARELTJES DIE JE KUNT GEBRUIKEN OM DE WIJK IN EEN GOED DAGLICHT TE ZETTEN.”

- SARHAN HACENE

Sarhan Hacene is mede-oprichter van Stichting Afri. Deze stichting is opgericht door en voor jongeren in de Afrikaanderwijk. Met de stichting probeert Sarhan zo goed mogelijk in te spelen op de behoeftes die er zijn in de wijk.

Als we aan Sarhan vragen wat de kansen in de wijk volgens hem zijn is het eerste wat hij zegt: “De markt is een economische factor. De winkels rondom de markt bieden een kans voor ondernemers. Verder zijn er heel veel nieuwe culturele ondernemers of studenten die culturele studies volgen die wonen op de Pretoriaaan. Wij hebben de wereldkampioen breakdancen in de wijk. Dit zijn de pareltjes die je kunt gebruiken om de wijk in een goed daglicht te zetten.”

Op dit moment is voetbal erg populair onder de jongeren in de Afrikaanderwijk. Sarhan had veel contact met de jeugd toen hij in het bestuur van de stichting zat. In die tijd waren er veel zangeressen en rappers actief in de wijk, maar ze hadden geen podium. Afri organiseerde evenementen in het Afrikaanderpark en gaf ze een plek om hun talenten te laten zien.

De ligging van de wijk is wat Sarhan betreft perfect: “Ik weet niet meer precies wie het zei, maar iemand zei dat de wijk als een scharnier is voor alle andere wijken in Zuid en het centrum. Het is een doorgangspunt voor jongeren uit omringende wijken en dat biedt kansen.”

Vroeger was hij meer op straat te vinden dan tegenwoordig, dus heeft hij een minder goed beeld van de hangeugd nu. “Vroeger praatten we over Tupac, nu gaat het over Justin Bieber. Ik zeg niet dat ze er niet zijn, maar ze zijn er waarschijnlijk ook op een andere manier. Iedereen zit tegenwoordig op social media. De jongens die je op straat ziet zitten niet op social media. Misschien hebben ze wel Facebook, maar ze doen er niet veel mee.” zegt hij.

Wat Sarhan mist in de wijk? Een buurthuis. Dit roept hij al jaren en hij ziet het als een goede manier om de verschillende instanties in de wijk met elkaar te verbinden.



Annet van Otterloo is één van de initiators van stichting Freehouse. Oorspronkelijk is de stichting opgezet door Jeanne van Heeswijk als kuntsproject, met de bedoeling om te wijkconomie te versterken door middel van culturele productie. Later is besloten dat het stimuleren van die wijkconomie een nieuwe vorm nodig had, ook juridisch, dus is er een wijkcoöperatie opgericht. Wij gingen met Annet in gesprek en ze vertelde ons wat stichting Freehouse al gedaan heeft en welke effecten dit heeft op de mensen in de wijk.

Vanuit Freehouse zijn een aantal projecten gestart, waaronder de wijkkeuken. Dit is een coöperatieve werkplaats waarin mensen uit de wijk werken met de talenten die ze hebben. Die talenten moeten vaak nog wel ontdekt worden, want er wordt gewerkt met mensen die nooit eerder hebben gewerkt. Meestal zijn het vrouwen die in de wijkkeuken aan de slag gaan.

Annet kan veel vertellen over de effecten van het werk van stichting Freehouse: “Mensen zijn moeder of dochter en betekenen in die zin iets voor iemand, maar ze hebben nooit een rol gehad in de zin van geld. Dat betekent heel veel in de verhoudingen. Verder zie je de echte veranderingen pas na een jaar. Er werkt hier bijvoorbeeld een vrouw die er al vanaf dag 1 is. Ze sprak nooit echt Nederlands en kon ook niet supergoed koken, maar ze was zo trouw en daardoor hebben we haar hier gehouden. Uiteindelijk heeft ze zich enorm ontwikkeld. Als wij een catering hebben vinden we het altijd leuk als iemand uit de keuken vertelt wat ze hebben gemaakt. Vroeger durfde die vrouw niet eens met mij te praten, maar nu gaat ze gewoon voor de groep staan om te vertellen over wat ze hebben gemaakt. Ze kan nu ook koken.”

Er is ook een groep die een goede en snelle ontwikkeling doormaakt maar deze lijn niet kunnen doortrekken. Na een halfjaar zie je ze niet meer en stort het als het ware in. Je hebt dit probleem vooral met jongeren en het streven om mensen in een halfjaar op te leiden is daarom erg ambitieus.

“Je ziet ook dat de veranderingen in de gezinnen doorwerken, zo hebben we het wijkatelier waar vrouwen werken aan opdrachten. Toen wij daar net mee begonnen belde mannen vaak op om te vragen wanneer hun vrouw kwam koken. Nu bellen ze op om te vragen of de vrouwen wel of niet thuis eten. Dat is een groot verschil. De vrouwen zijn zelfstandiger en spelen een belangrijkere rol. Je ziet dat ook terug in een vrouw die van haar man eigenlijk niet mocht komen werken, hij kwam ook altijd met haar mee en hing dan vervelend om haar heen. Inmiddels is dit 180 graden gedraaid en helpt hij zelfs mee door het eten van de catering gratis weg te brengen. Laatst was zijn broer overleden en toen was hij ook hier om zijn verdriet met ons te delen en getroost te worden. Dat was aan het begin ondenkbaar en werkt uiteraard ook door in de wijk. Vrouwen die vroeger nauwelijks buiten kwamen spelen nu een rol, en mannen die nooit verder keken dan hun eigen etnische kring leggen nu contacten met andere personen in de wijk.”

De wijkcoöperatie probeert dit door te trekken naar ondernemers in de wijk maar dit blijkt erg lastig te zijn, veel ondernemers werken alleen en die kunnen maar moeilijk tijd vrij maken. Bijeenkomsten werken niet doordat lang niet iedereen kan en de grootste monden de stemming het meest beïnvloeden. Daarom gaan ze bij de ondernemers langs om op die manier samenwerkingen aan te gaan en dit blijkt veel effectiever.

STADSONTWIKKELING

IN GESPREK MET FRANK BELDERBOS

Frank Belderbos houdt zich namens de gemeente Rotterdam bezig met stedelijke ontwikkeling in Rotterdam-West en met name de Binnenweg. Hij werkt samen met ondernemers om dit stuk Rotterdam te ontwikkelen. In de praktijk betekent dat bijvoorbeeld dat ondernemers met ideeën kunnen komen als een pand leeg staat. Het idee dat het beste past bij het plan voor deze wijk en met de meeste kans van slagen mag uiteindelijk een bepaald pand betrekken.

Wat is uw eerste reactie op het plan van Wij Zijn Rotterdam?
Het plan klinkt erg leuk, maar op basis van wat ik tot nu toe gehoord heb denk ik ook dat dit plan is gedoemd te mislukken. Je moet namelijk altijd beginnen met de vraag waar de Afrikaanderwijk nu echt behoefte aan heeft. Zijn er te weinig plekken waar je brood kunt krijgen? Is er behoefte aan brood? Hebben de mensen honger? Of je moet het brood tegen dermate lage prijzen aanbieden dat je als ondernemer ook zeker weet dat je voldoende klanten gaat trekken.

En als de broden verkocht worden in de 'upperclass' wijken?
Je praat meer over een broodfabriek, de moeilijkheid zit hem dan in de verkoop. Waar vindt je de klanten om het brood af te zetten? Een idee valt of staat dan met de ondernemer. Die moet voor zichzelf een beeld hebben hoe die dat gaat doen, ervaring hebben, er zelf geld in steken en dus risico lopen. Zelfs dan zie je veel mensen struikelen omdat de retailmarkt enorm moeilijk is. Je moet concurreren met het supermarktwoezin die stuk voor stuk ook brood verkopen. Een succesvolle broodverkoper is het Vlaamsch broodhuis. Een bakker die duurdurder brood verkoopt wat er fantastisch uitziet meerdere winkels die er prima uitzien en allemaal goed lijken te draaien. Hier zit dan ook een ondernemer achter; iemand die weet hoe hij het gaat doen, die ervaring heeft in de markt en weet om te gaan met de concurrentie. Er is een duidelijk verschil tussen een bedrijfsleider en een ondernemer. Een bedrijfsleider krijgt een concept aangeleverd en gaat daarmee aan de slag. Een ondernemer maakt zelf het concept en weet daardoor precies wat hij moet doen en hoe hij het gaat doen. Je moet er nu vooral voor zorgen dat je onderscheidend bent van anderen.



Hoe kijkt u vanuit dat opzicht dan aan tegen Wij zijn Rotterdam?

Dit zijn architecten, die hebben de ballen verstand van brood maken, die hebben de ballen verstand van een bakkerij runnen. Ik zou met dit plan zeggen "overboard." Ik krijg veel aanmeldingen van mensen waarbij andere vormen van werk niet wil lukken. Deze mensen beginnen dan maar een winkeltje, deze ideeën zijn allemaal gedoemd om te mislukken en zo kijk ik in meer of mindere mate ook tegen Wij zijn Rotterdam aan.

Zoals al eerder gezegd begint het bij de ondernemer, maar daarnaast moet je kijken wat je los van je productverkoop kunt doen om mensen te trekken. Een mooi voorbeeld is boekhandel Polaris. Deze heeft een doorstart gemaakt en organiseert nu wekelijks een activiteit. Dat doen zij niet zelf maar dit wordt gedaan door schrijvers die een boek willen presenteren, een signeersessie willen houden enzovoort. Je moet creatief zijn en verder kijken dan je neus lang is.

Met de bakkerswerkplaats richt Wij Zijn Rotterdam zich vooral op arbeidsreïntegratie. Hoe kijkt u hier tegen aan?

De beste werkgever in de Afrikaanderwijk is de Lidl. Daar werkt een groot aantal mensen en zij zijn daar op een goede manier bezig. De winkel voorziet direct in een functie in de wijk en dit is volgens mij een van de beste manieren om een zo groot mogelijke impact in de wijk te hebben. Je moet niet de illusie hebben dat je en een ondernemer moet vinden, een hoge kwaliteit brood kunt maken, veel

aandacht kunt genereren en dat je dit kunt doen met mensen die het vak moeten leren. Binnen een bedrijf moet je altijd één complicerende factor hebben. Met zoveel complicerende factoren maak je het jezelf heel moeilijk en is de kans van slagen klein.

Dus eigenlijk zegt u dat je of een goede onderneming of een goed doel moet starten?

Je moet eerst winst maken; de onderneming moet draaien. Pas als dit gelukt is is er ruimte voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. Je kunt wel nadenken over hoeveel extra marketing het oplevert als je daarmee bezig gaat houden. Natuurlijk klinken dit soort ideeën erg mooi, maar vanuit een businessmodel is het erg moeilijk rendabel te maken.

ETHIEK IN MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORDE ONDERNEMINGEN

Deels betekent dit dat we geen hebzuchtige graaiers moeten zijn in de Afrikaanderwijk. De publieke opinie en de acceptatie van onethisch gedrag is veranderd in de afgelopen jaren.

Ethische standaarden, of ze nou formeel of informeel zijn, zijn verschrikkelijk veranderd in de laatste eeuw. Ze liggen beduidend hoger dan eerst. Zakenmensen verwachten, net als het publiek, zinniger gedrag in het omgaan met de economische kant van de organisatie. Behalve dat de standaard geschept wordt, is het naleven hiervan minstens zo belangrijk (Henderson, 1992).

Niet verassend, dankzij de ethische crisissen die de publieke aandacht kregen in de afgelopen jaren, is de groeiende intolerantie en onethische kant van de zakenwereld een inspiratiebron (cynisch: de angst om gepakt te worden) voor zakelijk leiders om ethischer bezig te zijn. Een studie wijst uit dat werknemers rapporteren dat werkgevers zich meer aan hun beloften houden, minder snel in wangedrag vervallen, minder druk voelen om onethisch gedrag te vertonen en zich meer bezig houden met het respecteren van anderen. De ethische misstappen die hun werkgevers zouden kunnen begaan worden sneller opgepikt door de instanties (Ethics Resources Center, 2003).

De waarden gehanteerd in de maatschappij zijn verschoven van "more is better" en streven naar "economische grootmachten ten koste van alles" naar duurzaamheid, fairtrade en transparantie. Deze maatschappelijke verantwoordelijkheid valt ook samen met de stijgende problematiek omtrent financiële ongelijkheid. Iemand die hier heel erg op inzoomt is Thomas Piketty.

Piketty pleit voor het publieke debat. Niet alleen onder de economen of intellectuelen, maar juist onder de burgers en dus ook de ondernemers. Deze engagement kan namelijk niet beperkt blijven tot grote, abstracte principes (rechtvaardigheid, democratie, wereldvrede). Het moet tot uiting komen in keuzen, in exact be-

Waar heeft de Afrikaanderwijk volgens u behoefte aan?
Laat de Afrikaanderwijk vooral sterk zijn aan de onderkant van de markt, je moet je aanpassen aan de koopkracht van de wijk. Of je moet ervoor zorgen dat mensen uit andere wijken naar jouw winkel toekomen maar dit is dan weer erg lastig. Een voordeel is natuurlijk wel de lage kosten van winkelruimte op bijvoorbeeld de Pretoriaaan. Dit is een groot voordeel ten opzichte van andere wijken. Niches lijken te werken in de Afrikaanderwijk je ziet dit in winkels zoals Lekker op Zuid en de vraag is wat voor Niches er dan overblijven. Voor een bakkerij lijkt nogmaals weinig plek, en het ik zou niet direct kunnen zeggen wat dan wel werkt op deze plek.

leid en instrumenten, of het nu gaat om de sociale staat, ondernemingen, belasting of de staatsschuld (Piketty, 2014).

Hierom is het belangrijk om de 'maatschappelijke verantwoordelijkheid' terug te brengen in maatschappelijk verantwoorde onderneming.

Een tijdje terug kwam in het nieuws dat er mensenharen verwerkt zaten in het brood van bepaalde supermarkten. Dit bleek een broodje aap verhaal maar feit is wel dat er een aantal additieven inzitten die schadelijk voor je kunnen zijn: of dit nu L-cysteïne of een van de velen e-nummers is. Wij willen bij 'Deegelijk' simpel, eerlijk brood aanbieden: brood dat bestaat uit de basisingrediënten die in brood horen te zitten. Niks meer, niks minder. Daarnaast zijn wij een organisatie die de nummer-1 regel van ons financieel systeem eer aan doet; namelijk eerlijke vraag en aanbod. Een tijdje terug was er een nationaal schandaal dat aangaf dat het haar van Chinese mensen in het brood verwerkt zat bij een bepaalde supermarktketen (Ravenhorst, 2014). Dit zodat de structuur van het brood zo goedkoop mogelijk beter was. Als ik een brood koop wil ik een brood zonder gezeik. Ik wil niet drie dagen later op het nieuws horen dat ik mensenhaar heb gegeten. De vraag: brood zonder gezeik, eerlijke producten gemaakt met kwalitatieve producten. En dat is precies wat wij aanbieden.

Al onze ingrediënten zijn biologisch, komen uit de buurt en zijn eerlijke handel. Door terug te geven aan de buurt, eerlijke producten te bieden en ons beleid te blijven toespitsen op duurzaamheid willen wij een verschil maken en een nieuwe draai geven aan maatschappelijk verantwoordelijk ondernemen.

DOOR FRANK DUBBELDEMAN

BEHOEFTE IN DE AFRIKAANDERWIJK

VOORZIENINGEN
VOOR
HANGJONGEREN

AANDACHT VOOR
JONGEREN DIE
HET GOED DOEN

ECONOMISCHE
IMPULS

BEGELEIDEN VAN
WERKLOZEN



Deegelijk wil inspelen op de behoeftes in de Afrikaanderwijk. Uit onder andere het interview met Willemijn Visser van Vestia zijn de kansen in de wijk al duidelijk geworden. Uit alle interviews die we hebben afgenomen is ook gebleken wat de behoeftes zijn.

FOCUS OP BEPAALED BEHOEFTE

Alle sleutelfiguren die in het magazine al genoemd zijn hebben hier wel een ander beeld bij. De wijkagenten willen voorzieningen voor hangjongeren, waar Anna-Maria Carbonaro denkt dat je meer aandacht moet schenken aan jongeren die het goed doen. Vestia wil een economische impuls voor de wijk en Annet

wil zich met de Wijkcoöperatie richten op de begeleiding van werklozen. De behoeftes zijn dus verschillend en spreken elkaar soms ook enigszins tegen. In ieder geval kunnen we concluderen dat er veel verschillende problematieken zijn en dat je als organisatie een keuze moet maken waar je de focus op legt.

Frank Belderbos zei: *"Met veel complicerende factoren maak je het jezelf heel moeilijk en is de kans van slagen klein."* Je kunt dus niet overal mee aan de slag en het lijkt ons dan ook het beste om te focussen op bepaalde behoeftes.

Deegelijk kan samen met een bakker-leermeester werken leerplekken creëren. Op de lange termijn kan dit er



IS ER EIGENLIJK WEL BEHOEFTE AAN NOG EEN BAKKER?

Aan een 'normale' bakkerij heeft de wijk niet per se behoefte. Er zijn al meerdere goede bakkerijen in de wijk. Daarnaast verkoopt de Lidl ook brood. Waarom dan een bakkerij? Omdat Deegelijk inspeelt op meerdere behoeftes en het brood voornamelijk buiten de wijk gaat verkopen. Waar we precies op inspelen en hoe we dat gaan aanpakken leggen we verderop in het magazine uit.

VERBINDEN

IDEEËN
UITWISSELEN

SOCIALE
ONDER-
NEMINGEN

voor zorgen dat een aantal mensen per jaar vanuit een werkloze situatie naar een baan begeleid kunnen worden. Uit het interview met de Wijkcoöperatie is gebleken welk effect dit heeft op het individu en op de wijk. Daarmee lijken we in te spelen op een grote behoefte van de wijk.

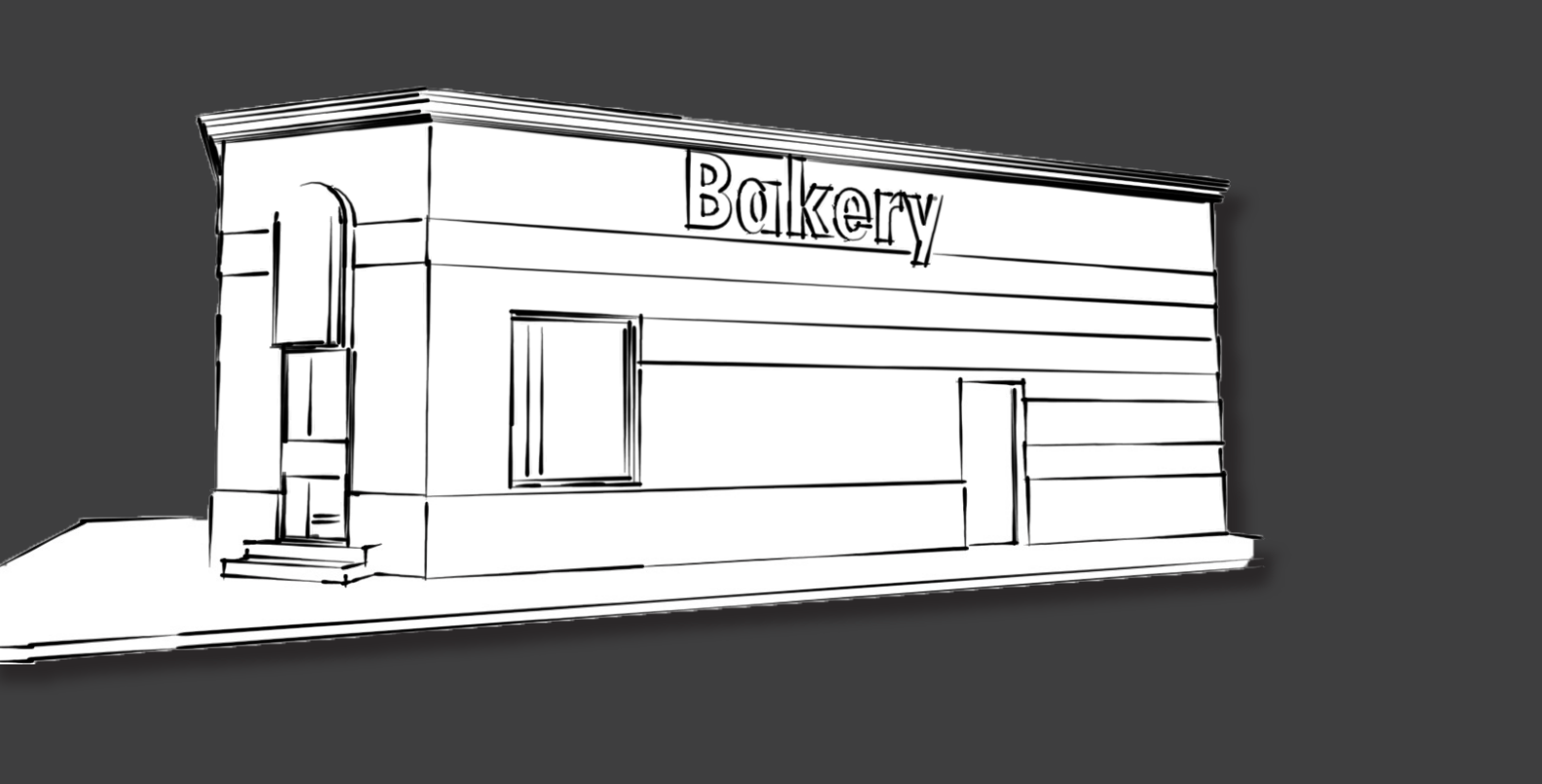
Moet er dan niets gebeuren met de andere behoeftes? Zeker wel, maar als je dit vanuit een commercieel rendabel bedrijf wil doen is het niet raadzaam om dit vanuit Deegelijk te doen. Wel ligt hier ruimte voor

stichting WIJZIJNROTTERDAM en de ondernemingen die zich hier in de toekomst aan verbinden. Zij kunnen er voor kiezen om in te spelen op andere behoeftes van de Afrikaanderwijk.

MEER COMMUNICATIE!

Eén behoefte werd door alle partijen genoemd en dat was: meer communicatie. Zo gaven de wijkagenten aan nog niet over het idee van onze opdrachtgever gehoord te hebben voor ons interview, terwijl zij wel belangri-

jke connecties hebben in de wijk. Ook zitten er op de Pretoriaaan meerdere ondernemingen die zich bezig houden met bijvoorbeeld werkloze jongeren. Als het aan Anna-Maria ligt wordt dit een soort ketting van ondernemingen die allemaal met elkaar in verbinding staan en waar jongeren een volledig leertraject kunnen doorlopen. Sarhan Hacene wil graag een buurthuis om instanties en mensen uit de wijk te verbinden. De behoefte om mensen bij elkaar te brengen en ideeën uit te laten wisselen is dus duidelijk aanwezig.



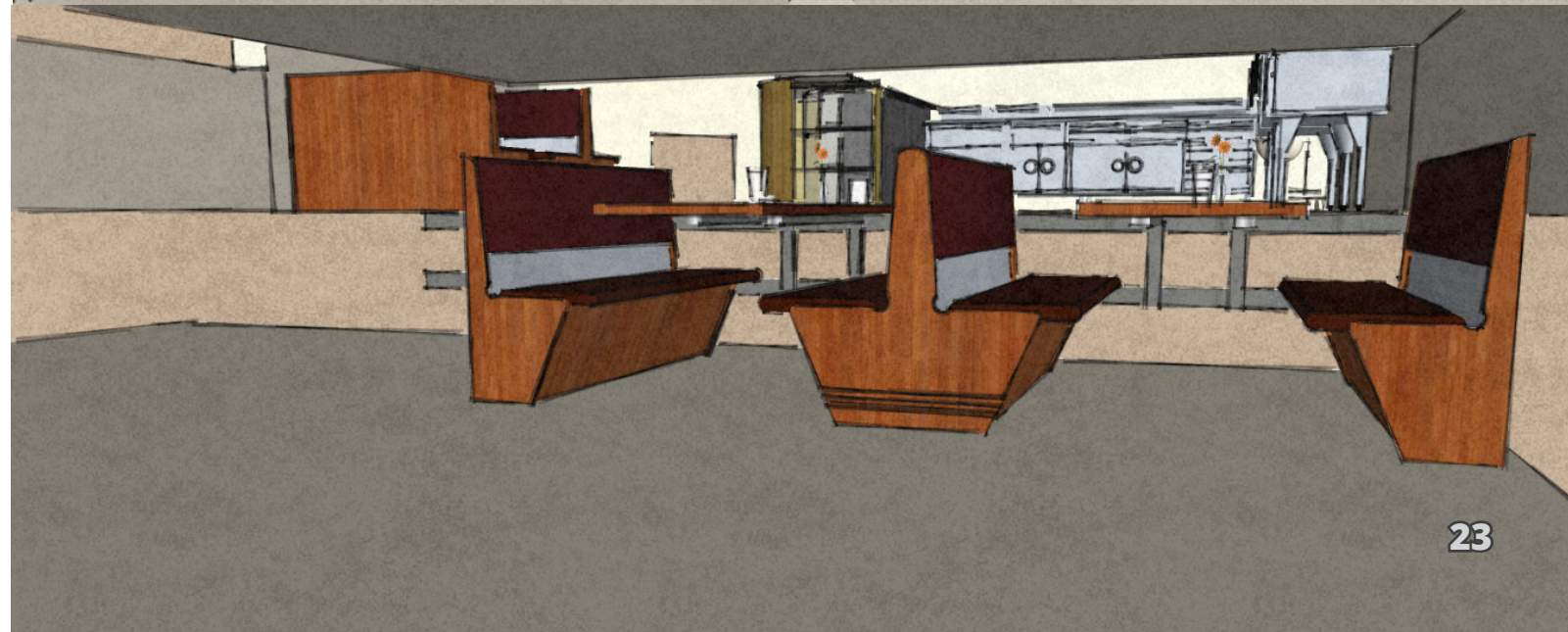
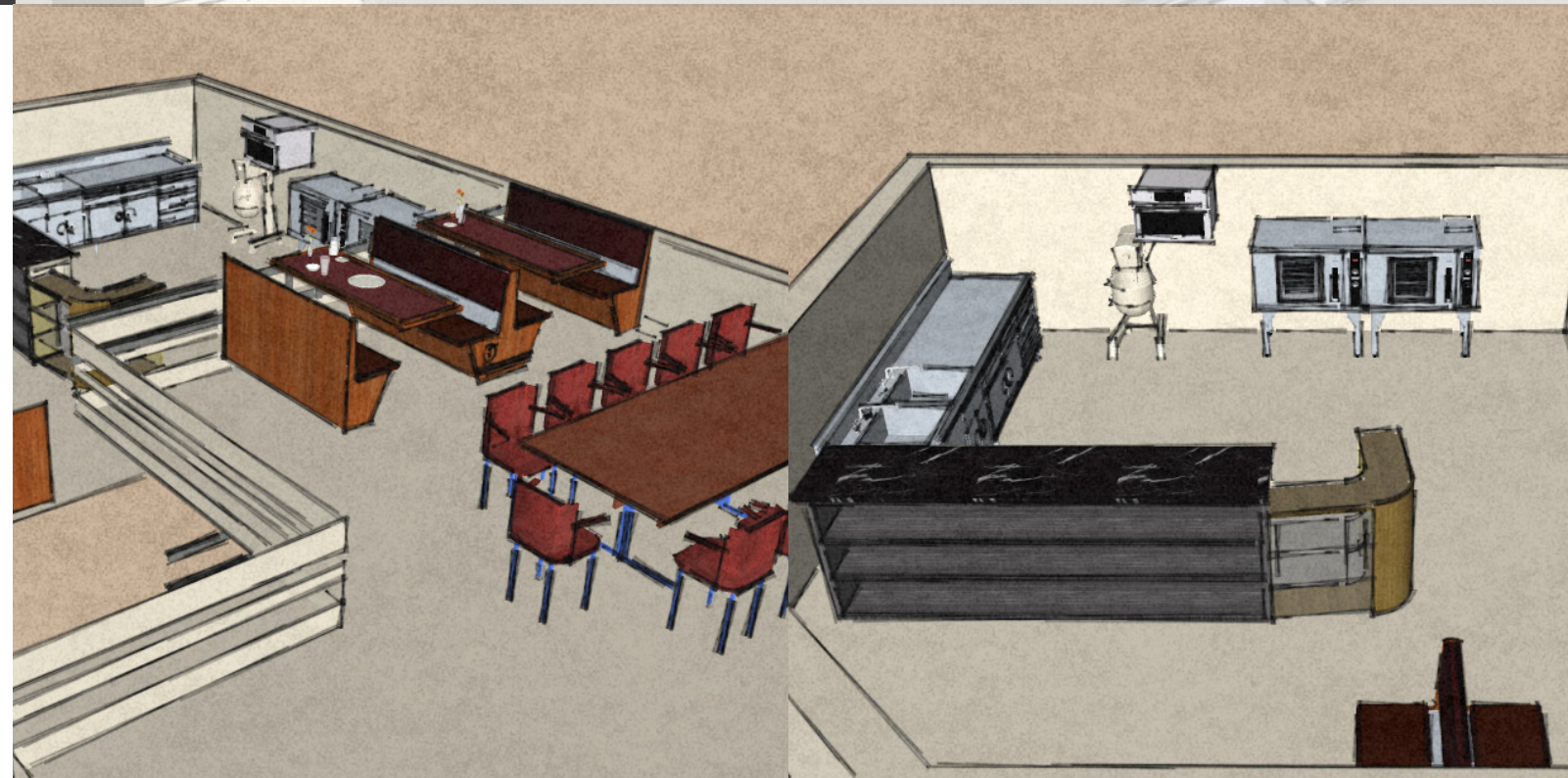
DEEGELIJK

We geloven dat de bakkerij een plek moet zijn waar je contacten legt, we geloven dat het naadloos in de buurt moet passen en we geloven dat het project een positieve injectie moet hebben in de wijk. Met deze uitgangspunten zijn we aan de slag gegaan voor het ontwerp van onze bakkerij.

Voor het ontwerp van de bakkerij zijn we uitgegaan van het bestaande casco waar de bakkerij oorspronkelijk zou komen, namelijk op de Pretoriaaan. We hebben gekeken naar het casco en bekeken hoe wij de inrichting en visualisatie zouden toepassen op het pand. Zo is te zien dat het pand bestaat uit 3 ruimtes die bij binnenkomst in 1 oogopslag zichtbaar zijn.

We hebben bekeken wat de beste indeling is voor de bakkerij in ons opzicht. Zo hebben we bij binnenkomst meteen de ovens en werkplaats gesitueerd, waardoor het meteen duidelijk is wat de onderneming voorstelt en wat er gebeurt. Je kunt meteen zien wat de bakkers doen en hoe zij te werk gaan. Nadat je je bestelling hebt geplaatst hebben we een tal van zitmogelijkheden gecreëerd waar je een kopje koffie kan drinken en tevens een broodje kan eten. Dit hebben we gedaan in de 2 overige ruimten. In de benedenruimte zijn tevens sanitaire voorzieningen gestationeerd. In de ruimte erboven hebben we ook zitgelegenheden gecreëerd en een mogelijke ruimte ontwikkeld waarbij activiteiten als scholing en ontwikkeling plaats kunnen vinden.

Los van de binnenzijde van het pand hebben we ook naar de buitenkant van het gebouw gekeken, namelijk naar de schil van gebouw. Als we de mogelijkheid hadden om de gevels aan de buitenkant aan te pakken, dan hadden we voor een vooroorlogse gevelbekleding gekozen omdat het beeld van een ambacht daarmee duidelijker naar voren komt. Dit zijn conceptontwerpen die verder en dieper uitgewerkt kunnen worden; het is namelijk interessant om de samenhang van een vooroorlogse buitenkant te combineren met een retro look aan de binnenzijde van het pand.



DEEG KNEDEN

Een gekneet businessplan

Na alle lessen, literatuuronderzoek, interviews en de vergaderingen met onze coach Atie Mol zullen wij in dit artikel de belangrijkste onderdelen van het businessplan noemen. Dit onderdeel van het magazine zal duidelijk maken wat wij als projectgroep essentieel bevinden voor het neerzetten van de bakkerswerkplaats Deegelijk in de Afrikaanderwijk.

Ons brood wordt bij de afnemer thuis bezorgd en met de opbrengst gebeuren verschillende dingen. De koper steunt met zijn brood een bijzondere groep in de Afrikaanderwijk. Deze groep was tot voor kort werkloos, maar krijgt bij Deegelijk de kans om een vak te leren, namelijk het bakken van brood. Lees hiernaast wat ze verder leren.

Deegelijk is niet alleen een bakkerij, maar ook een sociale werkplek die iets terug doet voor de buurt. De locatie aan sich zal functioneren als ontmoetingsplek voor mensen uit de wijk. Er kan koffie of thee gedronken worden en de bewoners kunnen kijken hoe het bakken van brood in zijn werk gaat.

De fysieke vestiging zal verbindingen gaan creëren tussen de verschillende bewoners uit de wijk. Er kunnen bijvoorbeeld een aantal ouderen uit het naastliggende bejaardenhuis gekoppeld worden aan iedere leerling. Een dergelijk project zorgt ervoor dat de leerling en de oudere in gesprek komen. Uit bijna alle interviews is gebleken dat er niet genoeg of goed wordt gecommuniceerd. Als dit project wordt uitgevoerd in de bakkerij zal er meer communicatie zijn. Dit zal toegepast worden op verschillende groepen uit de wijk en moet ervoor zorgen dat mensen uit verschillende groepen met elkaar in gesprek komen. Dit alles wordt met die ene euro van de opbrengst gerealiseerd!

Het brood zelf wordt bereid met lokale producten en bevat geen geur-, kleur- en smaakstoffen of E-nummers. Het bevat dus totaal geen toevoegingen en het zoutgehalte is ook minder dan 1%. Door het gebruik van biologische ingrediënten, is het brood hoger in voedingswaarde en lager in potentieel schadelijke petrochemische residuen. Doordat het brood gemaakt wordt van lokale producten worden ook lokale boeren op deze manier gesteund. Ook wordt de uitstoot van CO² beperkt, omdat het product bijvoorbeeld niet van de andere kant van de wereld komt.

Het brood dat gebakken wordt zal worden aangeboden voor €3,50 tot €4,50, inclusief bezorgkosten. Dit is afhankelijk van het soort brood dat de afnemer bestelt. De voorkeur van de afnemer kan worden aangegeven en wekelijks worden verandert via de website. Meer hierover in het stuk broodwinning. De kostprijs zal volgens het businessplan van Wij Zijn Rotterdam tussen de 50 en 90 cent per brood bedragen. Eén euro van de winst gaat naar de sociale investeringen en met de rest van de opbrengsten zullen alle kosten en eventuele salarissen worden betaald. Eventuele overschotten zullen worden geherinvesteerd in de stichting Wij Zijn Rotterdam.

De visie van de stichting is om meerdere van dit soort sociale ondernemingen neer te zetten in de Afrikaanderwijk. Het begint bij Deegelijk en wat betreft ons eindigt het niet. Ruimte voor verschillende initiatieven zullen worden onderzocht en gestimuleerd. Op deze wijze wil de stichting een continue impuls geven aan de wijk om werkgelegenheid en sociale binding te creëren.

WAT LEREN DE MEDEWERKERS VAN DEEGELIJK?

- **Regelmaat:** doordat de medewerkers op tijd moeten opstaan en iedere werkdag op tijd aanwezig moeten zijn krijgen ze een werkritme
- **Professionaliteit:** de medewerkers leren omgaan met betalende klanten in de winkel of bij de bezorging van de broden. Deze groep loopt vaak achter in zakelijke communicatie en leert bij de bakker dus communiceren met de klant.
- **Binden:** Uit het interview met Anna-Maria blijkt dat de verschillende bevolkingsgroepen moeilijk binden. Deegelijk wil kleinschalig beginnen met het binden van verschillende bevolkingsgroepen. Door leerlingen uit verschillende bevolkingsgroepen op professionele wijze te laten samenwerken denkt Deegelijk dit zeker te bereiken.
- **Ondernemen:** Iedere leerling kan, als er intrinsieke ambitie is, zelf het bedrijf overnemen. Het doel van de stichting Wij Zijn Rotterdam is namelijk dat zij het project gedurende een periode van ongeveer twee jaar begeleiden en dan verder gaan met de ‘begeleiding’ van een ander project. Lisette en Freek zullen dit zeker ondersteunen. Zij vinden wel dat het initiatief van de leerling zelf moet komen.
- **Hiërarchie:** Een deel van de werknemers zal ook jongeren betreffen. Deze groep heeft vaak moeite met het opvolgen van orders. Freek en Lisette willen op een luchtige manier laten zien hoe het er in het werkveld aan toe gaat, dat het nodig is om bepaalde taken te beheren wanneer de jongere een leidinggevende functie ambieert en dat dit dus ook essentiële factoren zijn bij het runnen van een business.

SPONSORPLAN

WIE ZIJN WE EN WAT WILLEN WE BEREIKEN?

Wij zijn een beginnende organisatie genaamd “Deegelijk”. Zoals waarschijnlijk al duidelijk: een bakkerij. Onze visie is om op een maatschappelijk verantwoorde manier te ondernemen en daarmee het creëren van leerwerk-trajecten voor werkloze jongeren en ouderen uit de Afrikaanderwijk. Hier leren ze een echt ambachtelijk beroep onder leiding van een meester-bakker. Wij willen hen begeleiden naar een betaalde functie binnen, of buiten, onze organisatie gedurende een periode van 2 jaar.

Daarnaast willen we (deels) gratis kwalitatief zeer goede en lekkere broden leveren voor bepaalde instanties in de wijk, het aanbieden van workshops en willen we financiële en/of materiele backing kunnen bieden aan de meest gehoorde en noodzakelijke initiatieven uit de wijk. Dit willen we realiseren door met verschillende prominente bewonersgroepen, initiatieven en projecten in gesprek te gaan. Dit gedeelte zal gedaan worden door onze moeder-stichting “Wij Zijn Rotterdam”. Met het gratis weggeven van onze producten houden we natuurlijk rekening dat we niet in het vaarwater gaan zitten van onze mede-ondernemers. Dit door de producten te geven aan hen die geen broden kopen bij een bakker, maar in de supermarkt (bijv. kinderdagverblijven en scholen).

NU CONCREET: WAT WILLEN WE BEREIKEN?

- Leerwerk-traject voor ouderen en jongeren van de Afrikaanderwijk.
- Financiële en materiele backing voor kansrijke initiatieven.
- Gratis producten leveren aan de scholen en minder bedeelden.
- Aanbieden van workshops die dienen in de empowerment van de mensen in de Afrikaanderwijk.

WAT HEBBEN WE NODIG?

We zien en merken dat er veel initiatieven en projecten lopen in de Afrikaanderwijk. We zoeken gesprekspartners en sponsors die zich herkennen in de uitdagingen waarvoor we staan en die een bijdrage willen leveren aan de realisatie van ons idee.

HOE KUN JE MEEHELPEM?

Vraag het volledige sponsorplan aan voor wat wij terug kunnen geven aan de sponsors en gesprekspartners. Voor meer informatie en het sponsorplan: www.projectgroepwzr.wordpress.com

BROODWINNING

Een commercieel rendabel bedrijf is een bedrijf waar simpel gezegd meer geld binnenkomt dan dat eruit gaat. Deegelijk heeft maar één productsoort dat in abonnementsvorm verkocht gaat worden. Klanten gaan een abonement aan waarbij ze een 'x' aantal broden per week afnemen. Per brood wordt een bedrag van €3,50 betaald. Voor dit bedrag worden de broden ook thuis bezorgd. Hoeveel broden iemand afneemt en welke soort broden kan iedere klant zelf wijzigen via de website.



DE ÉÉN ZIJN BROOD IS DE ANDER ZIJN BROOD.

- JUSTIN SLABBEKOORN

Het is nooit goed om maar op één paard te wedden, en dit is uiteraard ook van toepassing op verkoop. Er moeten zoveel mogelijk verschillende kanalen en technieken worden gebruikt om maximaal resultaat te kunnen behalen. Het brood zal niet verkocht worden in de Afrikaanderwijk maar zal verkocht en bezorgd worden in de 'upperclass' wijken van Rotterdam. Denk aan Hilligersberg, Katendrecht, Kralingen en Schiebroek.

De opdrachtgever heeft aangegeven vooral klanten te gaan werven in het "warme netwerk". Dit betekent dat zij klanten werven onder familieleden, vrienden en kennissen. Daarnaast

zijn er nog een aantal mogelijkheden die ingezet kunnen worden en waar wij aan denken als het gaat om de verkoop bij Deegelijk.

Koude acquisitie

Misschien wel de oudste verkoopmethode, namelijk het direct benaderen van potentiële klanten. Dit kan bijvoorbeeld door langs de deuren te gaan in wijken waar potentiële klanten wonen. Op die manier creëer je direct naamsbekendheid en als je in iedere straat één persoon weet te overtuigen levert dat direct veel klanten op.

Guerilla marketing

Lage kosten en veel resultaat; twee eigenschappen van guerilla marketing. Daarom is het bij uitstek een goede methode voor startende bedrijven met een klein marketing budget. Je probeert in te spelen op media aandacht en roering te creëren. Wat gebeurt er bijvoorbeeld als je in een willekeurige straat in een wijk met veel potentiële klanten midden in de nacht aan iedere deur een brood hangt met een informatiepakket? Combineer dit met langs de deur gaan om potentiële klanten nieuwsgierig te maken en naar de winkel te lokken.

Website & Social Media

Deegelijk heeft uiteraard een website en een Facebookpagina. Deze kanalen doen veel meer dan alleen informatie geven. Ze zijn gericht op de verkoop. Zo kan een potentiële klant eenvoudig lid worden en kan een bestaande klant eenvoudig zijn

UNIQUE SELLING POINTS

- Het brood wordt thuis bezorgd
- De bestelling is wekelijks, online, te wijzigen
- Klanten leveren een bijdrage aan de opleiding van een mede-Rotterdammer en de economie van de Afrikaanderwijk
- Er is geen verspilling, wat beter is voor het milieu
- De ingrediënten voor het brood worden lokaal ingekocht en bevatten geen geur-, kleur- en smaakstoffen en E-nummers
- Een deel van de opbrengsten gaat naar stichting Wij Zijn Rotterdam. Die stichting organiseert vanuit de vraag van Afrikaanderwijkbewoners evenementen die bijdragen aan de cohesie en leefbaarheid in de wijk

MOGELIJKE ZWAKTES

- De prijs van het brood is aan de hoge kant
- Abonnementsvorm kan een drempel zijn
- Grote afstand tussen Deegelijk en klanten voor klanten in Hilligersberg, Kralingen en Schiebroek

account beheren, een vakantie doorgeven, bestelling veranderen of facturen inzien.

Winkel

Een klassieke bakker verkoopt vooral vanuit zijn winkel. Dit is iets waar Deegelijk zeker gebruik van moet maken. De focus ligt op abonnementsverkoop, maar bijvoorbeeld de belettering van de ramen en het pand op zich moeten uitnodigen om even binnen te stappen. Het personeel dat in de winkel staat moet vervolgens gericht zijn op de abonnementsverkoop.

Klanten uit klanten

Er bestaat geen betere reclame dan mond-op-mond reclame. Deegelijk speelt hier op in door klanten te belonen wanneer zij nieuwe klanten aanleveren. Als het aanleveren van een nieuwe klant mij een maand lang gratis brood oplevert dan wil ik daar wel mijn best voor doen. Bestaande klanten moeten dus actief aang-

espoord worden om een goed woordje te doen zodat niet alleen de Deegelijk er beter van wordt, maar ook de klant en bovenal de werknemers en de Afrikaanderwijk.

Klanten behouden

Via bovenstaande methodes kan snel een groot klantenbestand worden opgebouwd, maar hoe zorgen we ervoor dat deze klanten ook klant blijven? Zoals al eerder gezegd richt de verkoop zich op een abonnementsvorm. Dit is een bewuste keuze omdat de klant op die manier gebonden is. Natuurlijk kan een abonnement worden opgezegd, maar het zorgt voor een bepaald gemak waardoor brood afnemen bij Deegelijk vanzelfsprekend wordt. In een normale situatie moet een klant er ieder keer weer bewust voor kiezen om naar die ene bakker toe te gaan. In dit geval is de situatie anders en wordt het brood zonder tegenbericht dagelijks thuis bezorgd. Als

een klant niet langer klant wil zijn dan moet hij daar zelf actie voor ondernemen. Dit werken we verder in de hand door met automatische incasso's te werken. Een klant geeft één keer door wat hij wil hebben waarna er eens per maand een bedrag wordt afgeschreven. Het gebruiksgemak is dus erg hoog.

Ten slotte is het belangrijk om de klant op de hoogte te houden van het wel en wee van Deegelijk. We doen natuurlijk veel meer dan alleen brood verkopen. We leiden mensen op en spelen een actieve rol in de wijk. Het is belangrijk om klanten hiervan goed op de hoogte te houden door middel van bijvoorbeeld een nieuwsbrief. Zo ziet de klant precies wat zij mogelijk maken door juist bij Deegelijk hun brood te kopen. ■■■

HET RECEPT

Antwoord op de hoofd- en deelvragen

Kansen en risico's in de Afrikaanderwijk

Voor de deelvragen die betrekking hebben op de kansen en risico's in de Afrikaanderwijk verwijzen we terug naar de kaart van de wijk op pagina 10 en 11 van dit magazine.

Wat is het effect van een opleiding op een werkloze?

Om een goed beeld te krijgen van de effecten is het belangrijk om eerst een goed beeld te hebben van hoe de coaching bij Deegelijk eruit zal zien. Medewerkers zullen geworven worden onder werkzoekenden die op dit moment een inspanningsverplichting hebben. Dit betekent dat van hen verwacht wordt dat zij om hun uitkering te behouden iets terug doen voor de samenleving, of een scholingstraject volgen.

Het doel van de opleiding die Deegelijk deze personen biedt is het leren van een ambacht, voorbereiden op de arbeidsmarkt en investeren in de eigen kracht van het individu.

Effecten van de scholing kunnen op verschillende niveaus gemeten worden; micro-, meso- en macroniveau. Bij microniveau gaat het om de gevolgen voor de medewerker, meso draait om de omgeving van de medewerker en macro gaat om de gevolgen voor de maatschappij/samenleving. (bron De gereedschapskist voor de maatschappelijk werker, Herman de Mönnink.)

Laten we eerst kijken naar de gevolgen op microniveau:

Voor de individu heeft de opleiding van Deegelijk de volgende doelen: Het leren van ambacht (bakker), het voorbereiden op de arbeidsmarkt en er zal gecoacht worden op eigen kracht. Met dit laatste wordt bedoeld dat gewerkt word aan eventuele andere problematiek die er bestaat in het leven van de medewerker.

Het doel is uiteindelijk bereikt als een medewerker uitstroomt naar een betaalde baan en zich daar ook in kan handhaven. Het gevolg hiervan is (financiële) zelfredzaamheid voor de werknemer, er zijn echter nog andere effecten. Zo is 50% van de werklozen niet tevreden met hun leven, terwijl dit bij werkenden maar 10% is. Werk heeft dus

een enorme invloed op het eigen gevoel. (NRC, 2014)

Op Meso niveau zijn de gevolgen ook enorm, dit is onder anderen gebleken uit het interview dat gevoerd is met de wijkcoöperatie. Werk zorgt in een gezin voor meer financiële speelruimte waardoor zaken die eerst onmogelijk waren ineens wel mogelijk worden. Denk dan bijvoorbeeld aan sport, vakantie enzovoort. Daarnaast is er een verband tussen werk en gezondheid. Werkenden blijken gezonder te leven dan werklozen en dit is in een gezin ook terug te zien (Telegraaf, 2014).

Ten slotte de gevolgen op macro niveau, de norm voor een WWB uitkering in 2014 was maximaal €1353,14 per jaar komt dit op een bedrag van €16 249,68 Dit bedrag zou dus per jaar bespaard kunnen worden als de coaching slaagt en er doorstroming plaatsvindt naar betaald werk. Om een idee te geven het doel is om ieder jaar minstens zes medewerkers te coachen en dit zou een besparing van maximaal €97.498,08 per jaar betekenen. Al eerder is gezegd dat werken een positieve invloed heeft op gezondheid en welzijn. Dit is niet in euro's uit te drukken maar feit is dat medische kosten enorm in de papieren kunnen lopen en ook hier ligt een grote potentiële besparing.

Inmiddels is duidelijk wat de effecten zijn als het traject slaagt, er zijn een aantal voorwaarden waaraan voldaan moet worden voorad er een kans van slagen is.

Motivatatie van medewerkers is in meerdere interviews aan bod gekomen, men moet zelf willen anders lukt het niet.

Het gaat om een volwassen persoon die bewust en vrijwillig meedoet, terwijl de beïnvloeding in opzet niet wederzijds is (Brinkman, 2004). Klinkt moeilijk, is het ook. We maken ons er geen illusie van dat 100% up to the task is. Elk proces is uniek. We kunnen niet van te voren alles uitdenken. We werken met mensen: dit houdt in dat elke situatie anders gaat zijn. Iedereen reageert wel eens onvoorspelbaar. Wel kunnen we bepaalde 'red flags' inbouwen om tekenen te zien aankomen dat iemand het niet redt die we misschien bij kunnen sturen.

Echter laten we ons focussen op de kansen. Het begin is het halve werk. Om Adèle Blanc-Sec te quoten: "nu we het ongelofelijke hebben gedaan, laat ons nu het onmogelijke doen".

We hanteren een paar funderingen binnen Deegelijk:

- Motivatie is een goede start, karakter draagt je door het proces: Motivatie is een krachtige aandrijver. Vaak is het echter een vluchtige voorbijganger. Het is makkelijk om te vallen in oude patronen als je enkel leunt op motivatie. Net als bij het stoppen met roken, afvallen, stoppen met nagelbijten – het begin is makkelijk maar de echte verleidingen manifesteren zich pas na een paar dagen. Daarnaast hebben een aantal sleutelfiguren in interviews aangegeven hoe belangrijk het is om goed gemotiveerde krachten te hebben. De wijkcoöperatie heeft veel moeite gehad met het vinden van personeel voor schoonmaakwerk in de Afrikaanderwijk, en de wijkagenten hebben verteld over de complicaties die bij het restaurant van de wijkcoöperatie optraden.

Het uiteindelijke doel van de coaching bij Deegelijk:

- Regelmatig afstand nemen en bewust worden van waar je mee bezig bent: Dit biedt namelijk perspectief op je proces. Hoe ver ben je gekomen en waar sta je nu in je traject. Welke wezenlijke veranderingen begin je te merken. Merk je überhaupt iets? Etcetera.
- Internaliseren in plaats van inwilligen: Een verandering moet van binnenuit komen. We willen niet dat iemand zich erbij neerlegt en daarom doet wat hij moet doen. Dat is namelijk een negatieve werkattitude. Het is veel beter als een werknemer het proces internaliseert. Dit betekend namelijk dat hij het proces zich eigen maakt en perspectief ziet in de geboden kansen en houding.
- Keuzevrijheid: Deze valt samen met die van hierboven: maar je bent vrij om je eigen keuzes te maken. Je bent niet hier om ons te plezieren. Wij bieden een wezenlijke kans op een opleiding en uitstroming naar werk. Wij zullen onze uiterste best doen om te faciliteren naar wat er nodig is. Werkt het niet, dan werkt het niet. Echter moet je soms doen wat je liever niet doet. Dit hoort bij het leven.
- Beloning en straf: Deegelijk gelooft in het belonen van goed gedrag. Ongewenst gedrag wordt niet getolereerd.
- Bridging en bonding: We zullen te maken krijgen met zeer verschillende individuen. Om hen te berei-

ken zullen we hun interesses en bezigheden moeten achterhalen. Hiermee kunnen we inspelen met het leer-werktraject om hen te binden aan de organisatie.

Deze funderingen, gecombineerd met het leer-werktraject, bewerkstelligen:

- Een zelfredzaam persoon
- Een gezonde werkhouding
- Hernieuwd perspectief
- Doorstroming naar een betaalde functie

Een zeer bruikbaar advies dat we kregen kwam vanuit Annet van het Wijkwaardenhuis en Sarhan van de Stichting Afri. Zij gaven aan dat 6 maanden waarschijnlijk een te kort traject is om de gewenste resultaten te behalen. Annet sprak over dat zulke veranderingsprocessen meestal een jaar of zelfs twee jaar konden duren.

Uiteindelijk is het belangrijk om een en ander meetbaar te maken, dit willen wij doen door een goed intakegesprek te voeren bij aanvang van de coaching. Op die manier moet in kaart worden gebracht waar de krachten liggen van de werknemer en waar de focusgebieden liggen. Dit in kaart brengen kan doormiddel van een voortgangslijst die aan het begin, halverwege en aan het eind van het proces word ingevuld. Op die manier wordt de voortgang meetbaar en dit is altijd inzichtelijk te maken voor een andere organisatie zoals een potentiële werkgever of een overheidsinstantie.

Hoe kan stichting Wij Zijn Rotterdam bijdragen aan het verbeteren van de leefbaarheid in de Afrikaanderwijk?

Om deze vraag te beantwoorden zullen we eerst leefbaarheid moeten definiëren. Uit verschillende gesprekken die we gevoerd hebben en de gelezen theorie, moeten we concluderen dat leefbaarheid eens abstract begrip is. In Sociologica gaat het met betrekking tot dit begrip voornamelijk over de economische en infrastructureel vak. Sarhan van Stichting Afri geeft aan dat hij het ziet op onder andere vlakken van veiligheid, maar ook op sociaal en cultureel vlak. Willemijn Visser van Vestia zit hier tussen in.

In het programmaboekje van de gemeente 'Nationaal Programma Rotterdam Zuid 2012-2014' wordt leefbaarheid niet concreet benoemd, maar valt wel af te leiden wat de gemeente hiermee bedoelt: "Betere scholen en meer werk zijn de beste garantie op een beter leven" (Natio-

HET RECEPT: VERVOLG

naal Programma Rotterdam Zuid, 2012). In 2009 hebben de deelgemeentes Feyenoord en Vestia een gebiedsvisie geschreven. Hierin beschrijven zij hun streven voor de Afrikaanderwijk in het jaar 2020. Ze willen inzetten op de zelfredzaamheid van burgers door middel van talentontwikkeling. Daarnaast willen ze het tegengaan van overlasten (jongeren, drugs, parkeerproblemen, etc) aanpakken de veiligheid verbeteren (Deelgemeente Feyenoord & Vestia Rotterdam Feyenoord, 2009).

In 2013 was de veiligheidsindex-score van de Afrikaanderwijk een magere 4,7. In 2011 was dit nog een 6,1 (Aboutaleb, 2014). Bij het cijfer van de index zijn verschillende recente incidenten nog niet bijgeteld, denk bijvoorbeeld aan de schietpartijen.

De sociale index van de Afrikaanderwijk, gemeten door de gemeente Rotterdam ziet er als volgt uit:

- Sociale index (algemene score): 4,6
- Capaciteiten: 3,4
- Leefomgeving: 5,0
- Binding: 5,0
- Sociale binding: 5,0

De Afrikaanderwijk scoort op de sociale index bijna een vol punt onder het stedelijk gemiddelde. De wijk scoort zeer zwak op het aspect capaciteiten en kwetsbaar op de andere drie aspecten. De laagste themascores betreffen gezondheid, inkomen, taalbeheersing en ervaren binding. Voor twee thema's – sociale inzet en weinig mutatiesscore – van de wijk voldoende (Gemeente Rotterdam, 2012).

Hoe de wijk scoort op de alle punten is te zien in het figuur hiernaast: 'Sociale Index Rotterdam' (Gemeente Rotterdam, 2012).

Uit al deze scores, definities en meningen kunnen we concluderen dat leefbaarheid een meta-begrip is: dat zowel een intern iets is als een extern iets, dat het zowel een gevoelstoestand is als een fysieke omgeving, dat het zowel expressie als impressie is. Om het te definiëren zullen we dit allemaal aan moeten spreken. Daarom poneren wij leefbaarheid als het volgende: het psychologische, sociale, economische, culturele en fysieke vlak waarbinnen een groep mensen woont.

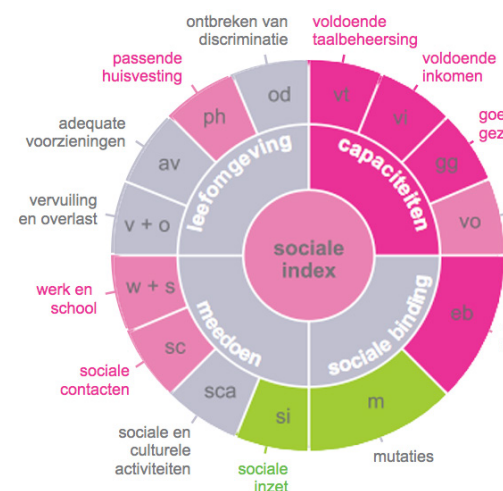
De stichting Wij Zijn Rotterdam speelt hier op in door:

- Bewoners uit de wijk aan te nemen voor het leer-werktraject. Dit zal een psychologische, sociale en economische verandering teweeg brengen op micro-, maar ook op meso-niveau. Doordat een individueel proces veranderd wordt op een positieve, maar best ingrijpende manier, zal dit zijn uitwerkingen hebben op zijn directe omgeving. Verschillende pregnante kwesties van de sociale index worden hierdoor aangesproken bij de participanten.
- Evenementen te organiseren voor de wijk. Doordat Wij Zijn Rotterdam evenementen wil gaan plannen (zie sponsorplan) zal dit een sociale en culturele toevoeging geven aan de leefbaarheid. Doordat gewerkt wordt vanuit de behoefte van de bewoners, zoals aangeraden door Sarhan van Stichting Afri, zal dit de cohesie verbeteren. Mensen zullen met elkaar in aanraking komen die normaal gesproken minder snel met elkaar in aanraking komen. Hierdoor zal het wijkgevoel verbeteren wat zijn reflectie zal hebben op verschillende elementen van de sociale index.

Hoe verbetert dit concreet de leefbaarheid in de Afrikaanderwijk?

Dit zijn slechts een paar voorbeelden, maar bijna alle vlakken van de sociale index worden geraakt en dragen bij aan het psychologische, sociale, economische, culturele en fysieke vlak waarbinnen een groep mensen wonen.

- De taalbeheersing zal verbeteren. De voertaal binnen het lestraject van Deegelijk, en andere toekomstige ondernemingen, is Nederlands. Door deze verbeterde



vaardigheden zal de communicatie met de buurt gemakkelijk worden en zal de participant zijn leefwereld vergroot worden. Wegen zullen zich voor hem gaan openen.

- Het is geen geheim dat werkloosheid regelmatig zorgt voor een slechtere gezondheid. Behalve dat je de hele dag stilzit, brengt werk ook een stukje prestige met zich mee. Dit stukje prestige biedt perspectief en geeft je status. Uit onderzoek blijkt dat acteurs die een Oscar hebben gewonnen, gemiddeld vier jaar langer leven dan acteurs zonder (Vught, 2013). Erkenning is belangrijk voor je gezondheid. Dit scheelt de gehele maatschappij geld en zal de participant meer zelfvertrouwen en durf geven om de wereld te veroveren. Een betere gezondheid straalt natuurlijk ook uit naar zijn omgeving.
- Op den duur zal het werktraject voldoende inkomen gaan genereren. Dit zal trots genereren waardoor zelfvertrouwen gewonnen wordt. Meer mogelijkheden gaan zich openen voor de participant en zijn omgeving.
- De binding met de wijk wordt vergroot. Als je werkt in de buurt van waar je woont dan heb je meer redenen om daar te blijven en zorg te dragen dat de fysieke

realiteit van je wijk verbeterd. Je wilt namelijk dat jij, je familieleden en je vrienden zich veilig voelen in de wijk en plezier beleven aan de plek waar ze wonen.

- Je biedt een opleiding aan. De kennis en zelfredzaamheid van deze persoon wordt vergroot. Impliciet leer je de participanten dat leren een levenslang en levensreddend middel is.

We zien vooral heel veel kansen liggen. De Afrikaanderwijk is een gedeelte van Rotterdam dat het verdient om uit de schaduw te treden van zijn stigma en te genieten van het licht. Door al bovenstaande genoemde en nog veel meer uitwerkingen zijn wij ervan overtuigd dat Wij Zijn Rotterdam bij kan dragen aan de leefbaarheid van een wijk.

Op welke wijze wordt het verkoopkanaal vormgegeven?

Voor het antwoord op deze deelvraag verwijzen we terug naar het deel 'Broodwinning' op pagina 26 en 27 van dit magazine.

ANTWOORD OP DE HOOFDVRAAG

Hoe zorg je voor een commercieel rendabele onderneming met een zo groot mogelijk sociale impact op de Afrikaanderwijk?

Voor de beantwoording van deze hoofdvraag maken wij gebruik van de interviews, literatuur, de theorie en alle lessen die werden aangeboden binnen deze minor+.

Door een passend opleidingstraject aan te bieden is het voor participanten aantrekkelijk om dit programma te volgen. Ze hebben op dit moment een inspanningsverplichting maar krijgen de kans om iets nieuws te leren. Het aanbieden van dit traject heeft gevolgen op verschillende niveaus (micro, meso en macro). Ook blijkt dat 50% van de werklozen niet tevreden is met hun leven, terwijl dit onder werkenden maar 10% is. Uit onderzoek blijkt ook dat een werkende gezonder is dan een werkloze. Er is meer simpelweg gewoon meer geld te besteden. Verder blijkt dat er op macro niveau een besparing van €97.498,08 per jaar kan worden gedaan als we het hebben over het scholingstraject van Deegelijk. Dit bedrag wordt alleen bespaard als er daadwerkelijk door-

stroming naar een betaalde baan plaatsvindt van de participanten vanuit de uitkering. Daarnaast kan er ook nog een link gelegd worden tussen sporten en gezondheid en daarop weer een link tussen gezondheid en kostenbesparing. Mensen met een baan kosten het zorgstelsel minder geld. Bovenstaande onderzochte feiten zijn allemaal van invloed wanneer een werkloze aan de slag gaat. Verder zal er door coaching impact gemeten kunnen worden bij de leerlingen. Keuzevrijheid, leren van internaliseren, reflecteren, beloning & straf en bridging en bonding moeten ervoor zorgen dat er een zelfredzaam persoon uit het traject rolt met een gezonde werkhouding en een hernieuwd arbeidsperspectief. Met dit als uitgangspunt is het ideaal om door te stromen naar een betaalde functie. Verder zal de sociale impact ook worden vergroot door het organiseren van evenementen.

De cohesie binnen de wijk zal verbeteren en onderdelen van de sociale index zullen met de tijd verbeterd worden. Verder zal dit leertraject

bijdragen aan het verbeteren van bijna elk vlak van de sociale index. Waar de bakkerij Deegelijk voornamelijk aan bij zal dragen is: taalbeheersing, verhogen van zelfvertrouwen, vergroten van binding met de wijk en tot slot verhogen van het scholingsniveau.

Hoe Deegelijk een commercieel rendabele onderneming moet worden hangt af van de volgende factoren:

- Gebruik van het warme netwerk
- Ervoor zorgen dat mond-tot-mond reclame positief is
- Een beter product neerzetten dan de concurrentie
- Koude acquisitie
- Optimaal gebruik van Unique Selling points
- Tackelen van zwaktes

Deze uitkomsten geven volgens de onderzoekers grotendeels antwoord op de hoofdvraag.

BAKKEN MAAR!

Aanbevelingen voor de bakkerswerkplaats

Deegelijk

Aan het eind van dit magazine is het tijd om conclusies te trekken, oftewel aanbevelingen te doen. Deze aanbevelingen zijn tot stand gekomen naar aanleiding van de interviews die wij gehouden hebben en het onderzoek dat wij hebben gedaan. Er zijn verschillende thema's die wij aangaan in onze aanbevelingen.

Communicatie & netwerken

Tot op heden is er nog niet goed genoeg gecommuniceerd met de wijk. Daardoor zijn kansen verloren gegaan. Het is van groot belang om te zorgen voor een sociale kaart van de wijk en er zorg voor te dragen dat ieder sleutelfiguur in de wijk weet wie je bent en wat je doet. In de wijk speelt ontzettend veel en er zijn zeer veel organisaties en individuen actief. Je hoeft het wiel dus niet zelf uit te vinden.

Verkoop

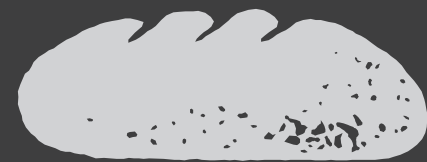
Op dit moment is er een beperkte visie op de verkoop. De focus ligt op het "warme netwerk" en dat is goed. Er zijn echter nog veel meer verkoopkanalen die angesproken kunnen worden (zie businessplan). Dit zal zorgen voor een groter klantenbestand, een grotere omzet en dus speelruimte in de financiën en slagkracht.

Hou het simpel

Meneer Belderbos adviseerde ons om niet meer dan een complicerende factor in het bedrijf op te nemen. Het is goed om je naast de bedrijfsvoering bezig te houden met de coaching van werklozen naar werk. maar probeer niet om hiernaast meer activiteiten te ontplooiën. Niet alleen maakt dit de zaken erg ingewikkeld; er is simpelweg ook niet voldoende tijd voor.

Wij Zijn Rotterdam

Er zijn interessante ontwikkelingen gaande in de Afrikaanderwijk. Het is verschoven van 'een doorsnee achterbuurt uit Zuid' naar een wijk die onder de loep ligt. Zowel vanuit de gemeente als woningcorporaties wordt er geïnvesteerd in projecten die de leefbaarheid verbeteren. In het verleden was Katendrecht zo'n wijk. Tegenwoordig is dit een booming wijk waar hippe 'bakfietsouders' wonen en trendy horecagelegenheden zijn. Er is dus zeker perspectief in het zijn van 'de wijk onder de loep'. Zorg dat Wij Zijn Rotterdam hier een onderdeel van kan worden. Ben aanwezig. Neem initiatief door het gesprek aan te gaan met de bewoners en zorg ervoor dat er ingespeeld wordt op de behoefte van de bewoners met betrekking tot het organiseren van evenementen voor de buurt.



EIND- WOORD

De afgelopen maanden hebben we hard gewerkt aan dit onderzoek en zijn uitwerking. We hopen dat jullie dit magazine met plezier hebben gelezen en er iets van hebben geleerd.

Met de tijd zijn we in contact gekomen met een heel scala aan mensen gerelateerd aan de Hogeschool Rotterdam en Afrikaanderwijk die ons dan wel kennis, theorie of op een andere manier hebben bijgedragen aan dit stuk. Graag willen we de volgende mensen nogmaals bedanken:

- Atie Mol voor het zijn van onze rots in de branding en kompas.
- Freek en Lisette voor de kans om mee te kijken in hun praktijk, kennis en begeleiding.
- Alle betrokken leraren van de minor.
- De andere groepjes van de minor.

- De Afrikaanderwijk voor het zijn van een toffe wijk. We hebben jullie ervaren als een wijk met kansen. Jullie zitten in de lift en we verwachten dat jullie over een paar jaar geen focuswijk meer zijn, maar een florerend stuk Rotterdam.
- Alle geïnterviewde personen willen we bedanken voor het maken van tijd en het bieden van hun kennis en inzichten.

Als groep hebben we het ervaren als een leerzame periode. Het was een interessante periode waar we met zijn allen hebben kunnen leren van elkaanders sterke punten.

Hoewel het traject niet altijd zo is verlopen als verwacht was dit een goede voorbereiding op de slotfase van ieders opleiding: de scriptie.

Bedankt voor het lezen.

- DEEGELIJK



Bronnen

Aboutaleb, A. (2014) Aan de Gemeenteraad – veiligheidsindex 2014. Geraadpleegd op 12 januari 2015, van http://www.rotterdam.nl/Clusters/BSO/Directie_Veiligheid/Rotterdam_veilig/Wat_doet_de_gemeente/Raadsbrief_ondertekend_VI_2014.pdf

Brinkman, J. (2004). Voor de verandering: een praktische inleiding in de agogische theorie. Groningen/Houten: Wolters-Noordhoff

Deelgemeente Feyenoord & Vestia Rotterdam Feyenoord. (2009). Gebiedsvisie Afrikaanderwijk 2020. Geraadpleegd op 12 januari 2015, van <http://www.afrikaanderwijk.nl/PDF/Gebiedsvisie%20Afrikaanderwijk%202020%20concept.pdf>

Ethics Resources Center. (2003). 2003 National business ethics survey. Washington DC: Author.

Gemeente Rotterdam. (2012). Rotterdam sociaal gemeten – 4e meting sociale index. Geraadpleegd op 12 januari 2015 van <http://www.rotterdam.nl/DG%20Centrum/Sociale%20Index%202012.pdf>

Henderson, V.E. (1992). What's ethical in business? New York: McGraw-Hill.

De Mönnink, H. De gereedschapskist van de maatschappelijk werker

NRC.(2010, 17 maart). Werken maakt gelukkig. Geraadpleegd op <http://vorige.nrc.nl/economie/article2505431.ece>

Piketty, T. (2014). Kapitaal in de 21ste eeuw. Amsterdam: De Bezige Bij.

Programmabureau NPRZ. (2012). Nationaal Programma Rotterdam Zuid – Uitvoeringsplan 2012-2014. Geraadpleegd op 12 januari 2015, van <http://www.rotterdam.nl/BSO/Document/Perskamer/RapportNPRZ%20dd%204%20juli%202012.pdf>

Ravenhorst, A. (2014). NRC beantwoordt vragen over mensenhaar in brood. Geraadpleegd op 5 december 2014, van: <http://www.bakkerswereld.nl/Nieuws/Algemeen/2014/2/NBC-beantwoordt-vragen-over-mensenhaar-in-brood-1458531W/>

De Telegraaf. (2014, 19 juni). Zo ongezond is werkloosheid. Geraadpleegd op http://www.telegraaf.nl/gezondheid/22760679/_Zo_ongezond_is_werkloosheid_.html

Vught, M. van. (2013). Volkskrant weblog: we moeten de negatieve gezondheidseffecten van werkloosheid onderkennen. Geraadpleegd op 12 januari 2015 van: <http://www.volkskrant.nl/dossier-werk/we-moeten-de-negatieve-gezondheidseffecten-van-werkloosheid-onderkennen~a3565142/>

