

'Desycling De Regenboog'

De opzet van een desycling werkplaats in inloophuis Makom



Project van:
Stichting De Regenboog Groep
Latin Sisters Design Productions
Amsterdam, aug 2008 - jan 2009

Inhoudsopgave

1. Introductie	4
2. De achtergrond van het project	5
2.1 De achtergrond	5
2.2 Doel en doelgroep	5
2.4 Activiteiten en fasering project	6
3. Proces van het project	8
3.1 Materialen van en samenwerking met de winkels in Oud-Zuid	8
3.2 Onderzoek naar Hi5-ers	10
3.3 Onderzoek naar consumenten en producten	16
3.4 Ontwerpproces	18
4. Resultaten van het project	20
4.1 Merknaam Streetdiamonds	20
4.2 Omschrijving design producten	22
4.3 Implementatie van de werkplaats	26
5. Communicatie project	28
6. Evaluatie van het project	32
6.1 Algemene evaluatie project	32
6.2 Evaluatie werkplaats	33
7. Team en fondsen	34
7.1 Team	34
7.2 Fondsen	34
8. Bronnen en links	35
8.1 Bronnen	35
8.2 Links	35
9. Bijlage	
1: Algemene info Oud-Zuid	36
2: Informatie huisvuil Oud-Zuid	38
3: Samenwerking winkels	41
4: De Goede Doelen Winkel	43
5: Observaties Hi5-ers	44
6: Motivaties Hi5-ers	45
7: Vaardigheden van Hi5-ers	46
8: Quick scan DRG	47
9: Populaire producten	48
10: Keuze materialen	50
11: Matrix vergelijkbare producten	53
12: Voorstel displaymateriaal	54
13: Communicatie materiaal	56
14: Productideeën	61
15: Voorstellen voor beeldmateriaal Streetdiamonds	62

Introductie

1. Introductie

De Latin Sisters Design Productions (LSDP) hebben in de periode van augustus 2008 tot en met januari 2009 gewerkt aan het project: 'Desycling De Regenboog'. Dit project is uitgevoerd in opdracht van De Regenboog Groep (DRG). In inloophuis Makom wordt een activeringsproject opgezet door LSDP aan de hand van hun desycle concept.

Dit verslag geeft een overzicht van het hele project: 'Desycling De Regenboog'. Het project is beschreven in drie hoofdstukken; het project, het proces en de resultaten. Als eerste wordt het project en de achtergrond ervan uitgelegd. In het hoofdstuk 'Proces' worden de activiteiten beschreven die hebben plaatsgevonden om tot het resultaat te komen. In het hoofdstuk 'Resultaat' wordt er ingegaan op de resultaten van het project.

In deze drie hoofdstukken komen de volgende onderwerpen aan de orde:

- Het merk Streetdiamonds en de achtergrond ervan wordt uitgelegd.
- De keuze van het materiaal.
- De samenwerking met de winkels die het materiaal leveren.
- De vaardigheden van de bezoekers van Makom worden toegelicht.
- De productontwikkeling wordt in het kort beschreven.
- De opzet van de werkplaats, met de opleiding van de werkplaatsbegeleiders, de organisatie van de werkplaats, de productietechnieken etc. komen aan bod.
- Ook worden de verschillende activiteiten en workshops die zijn gegeven beschreven.

Na het hoofdstuk 'Resultaten' wordt er in gegaan op de communicatie tussen de betrokken partijen tijdens de duur van het project. En als laatste wordt het project geëvalueerd.

Het project

2. De achtergrond van het project

2.1 De achtergrond

Geschiedenis

Via stichting de Omslag (Stichting De Omslag is een onafhankelijke, ideële project- en netwerkorganisatie voor vraagstukken op het gebied van activering en arbeid) zijn De Regenboog Groep en LSDP eind 2007 met elkaar in contact gekomen. LSDP en DRG hebben na een aantal gesprekken een projectplan voor het 'Desybling De Regenboog' project opgezet.

Samenwerking

DRG

De Regenboog Groep zet zich in voor de doelgroepen dak- en thuislozen, verslaafden en mensen met psychische problemen. Vanuit tien verschillende inloophuizen in Amsterdam wordt de doelgroep de mogelijkheid geboden deel te nemen aan zinvolle dagbesteding en werkprojecten. Het inloophuis Makom in Oud-Zuid is betrokken bij dit project.

LSDP

Latin Sisters Design Productions (LSDP) is een advies en design studio gevestigd in Amsterdam. LSDP ontwikkelt en implementeert innovatieve projecten en producten die zorgen voor bewustwording over duurzaamheid in sociale en milieu thema's, en ook daadwerkelijk zorgen voor een verbetering. De kracht van LSDP is daarbij dat ze abstracte ideeën en theoretische modellen weten om te vormen naar concrete activiteiten in de praktijk. Hun belangrijkste instrumenten daarbij zijn inspiratie, tempo, humor en participatie. LSDP werkt voor opdrachtgevers uit de private en publieke sector.

Desycle concept

Het desycle concept (design door recycling) is een concept ontwikkeld door LSDP. In de desycle strategie komen design, recycling en buurtparticipatie samen. LSDP wil burgers, bedrijven en organisaties betrekken bij sociale en milieuthema's en hen bewust maken van de hoeveelheid afval die iedereen dagelijks produceert om zo mensen aan te zetten tot gedragsverandering. Het desycle concept stimuleert bovendien de creativiteit van mensen en moedigt hen aan om anders naar afval te kijken.

Samenwerking

De Regenboog heeft een aantal succesvolle activeringsprojecten opzet, zoals de kaarsenmakerij en de fietsenmakerij. **De Regenboog Groep is in samenwerking met Latin Sisters Design Productions (LSDP) van zins een duurzame werkplaats op te zetten die functioneert als een sociale onderneming.**

Het project waar het hier om gaat is een pilot: na een positieve evaluatie willen we de sociale onderneming ook in andere vestigingen openen.

2.2 Doel en doelgroep

Doel

Het hoofddoel is dat met de uitkomsten van de pilot duurzame werkplaatsen van de grond komen en gaan functioneren als succesvolle sociale ondernemingen die zelfstandig (zonder subsidies) kunnen draaien.

Daarnaast zijn er een aantal subdoelen te onderscheiden:

- Met het starten van dit pilotproject willen wij onze doelgroep (dak- en thuislozen, verslaafden en mensen met psychische problemen) de kans geven de dag op een zinvolle wijze te besteden. Deelnemers krijgen meer structuur, maken iets waar ze trots op kunnen zijn wat hen het gevoel van eigenwaarde (terug)geeft.
- DRG wil als inloophuis goede contacten onderhouden met bewoners in de buurt. Door hen actief te betrekken in het verzamelen van materiaal dat hergebruikt kan worden komen buurtbewoners en bezoekers van het inloophuis op positieve wijze met elkaar in aanraking. Twee groepen die anders nooit met elkaar in contact zouden komen.
- Ook willen we het beeld verbeteren dat bestaat van dak- en thuislozen door de uitstraling dat dit project zal hebben.
- Door dit project te starten willen we media aandacht werven, zodat DRG meer bekendheid in de stad krijgt.
- Er ontstaat een heel leuk aanbod voor vrijwilligers.

Doelgroep

Desycle strategie richt zich op de volgende doelgroepen:

- Makom bezoekers, specifiek Hi5-ers* (toekomstige desycle werkers)
- Samenwerking met de wijk Oud-Zuid (potentiele vrijwilligers, buurtbewoners, winkeliers)
- Algemeen publiek (consumenten van de desycled producten)

* Hi5 is een samenwerkingsverband tussen De Regenboog Groep, Stichting Amsterdamse Vriendendiensten, De Jellinek, De Waterheugel en Stichting Nieuwe Werkvormen Amsterdam. Deze stichtingen bieden in een beschermende en ondersteunende omgeving een breed scala van activiteiten. Hi5 is beschikbaar voor chronische psychiatrie, dak- en thuislozen en bewoners van instellingen van maatschappelijke en verslaafdenczorg. Deze mensen worden Hi5-ers genoemd.

2.3 Omschrijving project

Inhoud van het project

De opdracht is het creëren van een nieuw activeeringsproject: de opzet van een desybling werkplaats in Makom. Het project zal draaien om het maken van producten van afvalmaterialen in de werkplaats. LSDP ontwerpt speciaal voor dit project twee design producten. Een bepaalde groep bezoekers (Hi5-ers genaamd) van inloophuizen van DRG kunnen gaan werken in deze werkplaats. Hierdoor leren ze omgaan met structuur, tijdsplanning, een leidinggevende en verantwoordelijkheden.

Specifiek aan dit project is de creatieve bezigheid, het design aspect, het duurzaamheidsaspect en de verkoop van de gemaakte producten. De producten zullen gemaakt worden van afval uit de wijk. De winkeliers zijn betrokken bij de materiaalverzameling. Deze opdracht is een pilot project. Aan het einde van de pilot zal worden gekeken naar de resultaten van de werkplaats voor mogelijke verbeteringen en of dit project eventueel op meerdere plaatsen voortgezet kan worden.

De Regenboog Groep en LSDP hebben nauw samengewerkt in dit project. De taakverdeling en de verantwoordelijkheid in het project van de Regenboog Groep en LSDP is als volgt:

De Regenboog Groep is eindverantwoordelijke van dit project. En hiermee aanspreekpunt voor de subsidieverstrekkers. De Regenboog Groep is verantwoordelijk voor de opzet, organisatie en coördinatie van het project en de sociale firma, waaronder ook de financiën. DRG voert een deel van de activiteiten zelf uit, waaronder het opstellen van het business plan en de promotie en communicatie rondom het project.

De Regenboog Groep huurt LSDP in voor het design conceptplan gebaseerd op de principes van het desycle concept.

LSDP is verantwoordelijk voor de ontwerpstrategie. Deze bestaat uit: inrichten van de productiewerkplaats, proces verzamelen materiaal, opzetten productie proces afgestemd op de doelgroep en het ontwerp van twee producten. Daarnaast adviseert LSDP De Regenboog Groep bij de uitvoering van haar activiteiten.

Ten behoeve van het gebruik van de ontwerp-rechten op de te ontwikkelen design producten spreken De Regenboog Groep en LSDP een royalty overeenkomst af (naar standaard van de BNO).

De werkplaats in de praktijk

De ruimte die voor de werkplaats gebruikt gaat worden is een ruimte in inloophuis Makom (gevestigd in de Van Ostadestraat in Amsterdam Oud-Zuid). Vijf dagdelen (ochtenden) zal deze ruimte voor de werkplaats gebruikt worden. In de overige tijd wordt deze ruimte gebruikt als kunstsuite en vergaderruimte. De bezetting van de werkplaats

zal als volgt zijn: één werkbegeleider en minimaal zes tot acht werkers, maximaal tien.

De producten zullen in principe aan het begin verkocht gaan worden in de winkel van De Regenboog Groep en in De Goede Doelen Winkel.

2.4 Activiteiten en fasering project

Het proces zal bestaan uit een aantal fases. Per fase zullen de activiteiten kort besproken worden.

Quick scan

De Quick scan bestaat uit de volgende activiteiten:

Markt analyse

- o Target Groep
- o Verkoop boodschap (key woorden, 'gevoel')
- o Marketing plan (studie van verkoopkanalen, inzet communicatiemiddelen en promotie)

Voorontwerp onderzoek

Deze fase heeft o.a. de volgende activiteiten:

- o afvalmateriaal onderzoek (op basis van het lokale materiaal maakt LSDP een eerste selectie van interessant materiaal als 'grondstof' met als criterium minder milieubelastend).
- o medewerking van de burens verkrijgen bij de verzameling van afval. Hierbij bestuderen we de mogelijkheden in deze samenwerking en hoe deze het best kan worden uitgevoerd met als doel de interactie van de buurtbewoners en bezoekers van DRG te bevorderen.
- o Potentie van het inloophuis (case study: Makom) o.a. hoeveelheid potentiële desycle werkers, interieur desycle logistiek, afval verzamelen en inrichting werkplaats bepalen (plattegrond).
- o Onderzoek van capaciteiten van potentiële desycle werkers.
- o Onderzoek van andere lokale (en de pilot versterkende) condities.
- o Onderzoek naar ideeën van producten op basis van de target groep scan en condities.

Ontwerpfase en opzet productie werkplaats

Deze fase heeft o.a. de volgende activiteiten:

- o Ontwerp van 2 nieuwe producten en handleidingen op basis van resultaten onderzoek en volgens desycle principes.
- o Productieplan opzetten (productie keten, op basis van effectiviteit, therapeutische effecten en ergonomie principes).
- o Opleiden van desycle scouts en desycle coaches tbv productie (afvalverzameling, burens informeren en werkplaatsleiders).

Businessplan

De Regenboog Groep zal een business & marketing plan samenstellen voor de sociale onderneming.

Hierin vermeld men tenminste:

- o Potentiële verkoopkanalen
- o Definitief verkoopplan (o.a. verwachte volumes, afzetkanalen, doelgroep etc)
- o promotie en communicatieplan

Evaluatie

Na de uitvoering van de pilot evalueren DRG en LSDP gezamenlijk de resultaten van het project. In deze fase geeft LSDP ook input voor verbeteringen op productieniveau. De Regenboog Groep evalueert en rapporteert de resultaten gekoppeld aan het opgestelde verkoopplan. Op basis van de resultaten bepalen en plannen de partijen samen het vervolgtraject.

Tijdsindeling

Het pilot project vond plaats vanaf half augustus 2008 tot en met eind februari 2009. In januari zijn de werkplaatsbegeleiders opgeleid en vanaf februari moest de werkplaats zelfstandig draaien. Na deze periode wordt er door LSDP en DRG verder gewerkt aan het marketingplan om uiteindelijk de producten in de markt te zetten.

Proces

3. Proces van het project

Om tot de resultaten van dit project te komen, hebben wij een intensief proces doorlopen met vele activiteiten. Voordat we begonnen zijn met het ontwerpen van de producten hebben we onderzoek gedaan. Het onderzoek is opgedeeld in drie onderzoeksgebieden.

Het eerste onderzoeksgebied betreft de winkels en de materialen in stadsdeel Oud-Zuid. Het tweede onderzoeksgebied zijn de Hi5-ers en andere betrokkenen binnen het project.

Als laatste hebben we onderzoek gedaan naar de consumenten en de winkels waar de producten verkocht gaan worden.

Na een intensieve onderzoeksperiode is er door de ontwerpers van het team een designmarathon gehouden. Er is veel tijd gestoken in het ontwerpen en ontwikkelen van de producten tot echte desyycle design producten die door de doelgroep, de Hi5-ers, gemaakt gaan worden.

In dit hoofdstuk zal het onderzoeks- en ontwerp-proces worden beschreven, met workshops, presentaties, veld- en ontwerpwerk.

3.1 Materialen van en samenwerking met de winkels in Oud-Zuid

Een heel belangrijk onderdeel van dit project zijn de afvalmaterialen waarvan de producten worden gemaakt. Deze afvalmaterialen worden verzameld in de buurt van Makom in Amsterdam Oud-Zuid (voor meer algemene informatie over Amsterdam Oud-Zuid, zie bijlage 1). Op deze manier betrekken we de wijk in dit project, wat een van de belangrijke doelstellingen is.

Wij zagen drie duidelijke bronnen van afval, namelijk afval van de winkels, van de buurtbewoners en eventueel zwerfafval die Hi5-ers zelf verzamelen.

Het afval van buurtbewoners was onze eerste keus (voor meer informatie over huisvuil in Oud-Zuid, zie bijlage 2). Door de buurtbewoners afval te laten verzamelen raken ze persoonlijk betrokken bij het inloophuis in hun wijk en de desyycling werkplaats. Ook zullen de bewoners zo bewuster worden van wat ze allemaal weggooien. We werden ons ervan bewust dat het een tijdsintensief proces zou worden om genoeg buurtbewoners te betrekken.

Het bleek ook al snel na een aantal gesprekken met Hi5-ers tijdens workshops dat Hi5-ers over het algemeen een aversie tegen afval hebben. Hi5-ers wilden ook niet graag met afval geassocieerd worden. Daarom hebben wij van het idee om zwerfafval te gebruiken af gezien.

De derde optie, het verzamelen van verpakkingsmateriaal door winkels lijkt de beste oplossing. Winkels produceren vrij veel afval, in ieder geval in verhouding met gezinnen. Zij moeten van deze materialen af en zullen daar soms zelfs voor moeten betalen. Door de materialen aan dit project af te staan, zijn ze bezig met duurzaam ondernemen.

Via de winkels kunnen ook buurtbewoners worden benaderd. Er kunnen in de winkels, die voor dit project afval verzamelen, posters en folders komen te liggen. Of de producten kunnen tentoongesteld en gepromoot worden in deze winkels. Zo raken de buurtbewoners toch betrokken bij het project.

Daarom is er besloten om de verpakkingsmaterialen van de winkels te gaan onderzoeken.

De focus lag nu op het vinden van enthousiaste winkels die willen meewerken aan dit project, en het vinden van interessante verpakkingsmaterialen die gebruikt kunnen worden.

Als eerste hebben we ongeveer dertig winkels in Oud-Zuid benaderd. We hebben hen vragen gesteld als: welke soort, hoe vaak, hoeveel afval zij weggooien en door wie het opgehaald wordt. We hebben hen uitleg gegeven over het project en gevraagd of ze eventueel geïnteresseerd zijn om mee te doen. Bij veel winkels moesten we nog een tweede keer langs, om de overige informatie die de verko(o)p(st)er zelf niet wisten aan de manager of eigenaar te vragen.

Al deze informatie hebben we geanalyseerd en we hebben een selectie gemaakt van interessante winkels. De verpakkingsmaterialen zijn onderzocht en de interessante materialen zijn geselecteerd. Er is naast de eigenschappen van de materialen ook gekeken naar het afvalstelsel van de winkels en de mogelijkheid tot een goede samenwerking met DRG.

Winkels Oud-Zuid

De onderzochte winkels in Oud-Zuid zijn naar hun afvalstelsel in te delen in drie groepen. De groepen zijn kleine zelfstandigen (kz), winkelketens (wk) en winkels/kraampjes op de Albert Cuijpmarkt (ac). De meeste kleine zelfstandigen laten hun afval ophalen door de gemeente of anders door een afvalbedrijf. Sommige winkels hebben kosten voor het afleveren van hun afval. De grote winkelketens hebben de afvalverzameling centraal geregeld. Het afval van alle ketens gaat naar één punt en wordt daar verwerkt. De winkels op de Albert Cuijp betalen marktgeld waarvan een deel bedoeld is voor de afvalverzameling. Aan het einde van elke dag zetten de winkels hun afval voor de deur en dan wordt het opgehaald. (Zie bijlage 3 voor de benaderde winkels en de informatie over het afval per winkel)

De volgende verpakingsmaterialen zijn bij de winkels in Oud-Zuid te verkrijgen:

- Houten dozen, ac & kz
- Fietsbanden, kz
- Koffiezak, wk
- Kartonnen appel houder, ac & kz
- Plastic appel houder, ac & kz
- Foam uit schoenen, wk
- Kartonnen koker rond, ac
- Kartonnen koker plat, ac
- Meelzak, kz
- Plastic zak LDPE, kz & wk & ac
- Plastic zak PP, kz & wk & ac
- Glazen fles, wk
- Plastic binders, wk
- Tandwiel van fiets, kz
- Ketting van fiets, kz
- Graphic materiaal, wk
- Karton, kz & wk & ac
- Schoendoos, wk
- Vloeipapier, wk
- Melkpak, wk
- Plastic beker, wk



Figuur 3.1: Collage onderzochte afvalmaterialen.

De kleine zelfstandige lijken het meest interessant om mee samen te werken. Zij kunnen over het algemeen het makkelijkst hun afval opzij houden en zij lijken het meest bereid dit te doen.

Keuze selectie

Er is een lijst met criteria opgesteld waaraan de materialen en winkels moeten voldoen:

1. regelmatige aanvoer
2. mogelijk goede samenwerking winkelier
3. de materialen moeten makkelijk schoon te maken zijn
4. de materialen moeten makkelijk zijn om mee te werken
5. er moet een goed verhaal achter zitten
6. er moet waarde aan de materialenstroom worden toegevoegd
7. sterkte van het materiaal
8. eigenschappen van het materiaal
9. commercialisatie mogelijkheden
10. uitstraling
11. originaliteit

Alle 21 materialen zijn beoordeeld op elk criteria. Criteria 1 tot en met 6 zijn de belangrijkste eisen en tellen het zwaarst mee. Deze criteria zijn materiaal specifiek en de overige criteria zijn gedeeltelijk afhankelijk van hoe het materiaal toegepast wordt in het ontwerp. De materialen die op de meeste onderdelen goed scoorden en de minst problematische negatieve scores hadden, zijn door naar de volgende ronde. Dit zijn de houten doos, de fietsband, de koffiezak, de meelzak, graphics, karton, melkpak, kartonnen koker en plank, plastic zakjes LDPE en PP en plastic strips. Zie bijlage 10 voor meer toelichting op de keuze van de materialen.

De volgende selectieronde in het ontwerpproces wordt beschreven in paragraaf 3.4. De interessantste productideeën werden getest in verschillende materialen. Daarbij werd gekeken welk materiaal de beste eigenschappen had voor het productidee. Zo wordt er echt gekeken welke materialen kunnen zorgen voor een interessant ontwerp. Na verschillende selectierondes met de productideeën zijn er twee productideeën uitgekomen. Deze producten zijn gemaakt van de meelzakken van bakkerij Jambe en de koffiezakken van de Coffee Company. In de omschrijving van de designproducten staan de gekozen materialen uitgebreid beschreven.

3.2 Onderzoek naar Hi5-ers

Om dit project aantrekkelijk te laten zijn voor de toekomstige werkers, moest er heel goed worden gekeken naar de interesses, motivaties en vaardigheden van de Hi5-ers. Dit is gebeurd door verschillende test en try-out workshops te houden met bezoekers van inloophuizen van DRG. In deze paragraaf zullen de belangrijkste workshops met leerpunten worden beschreven.

Onderzoeksactiviteiten

In de onderzoeksfase van het proces zijn er een aantal workshops gehouden waarbij we kennis hebben gemaakt met 'de wereld van de dakloze in Amsterdam'. Hierbij hebben we gesproken met zoveel mogelijk bezoekers van Makom en andere dak- en thuislozen.

Doppentafel workshop

Dinsdag 2 september 2008

Op dinsdag 2 september hebben we in Makom voor de bezoekers een workshop gehouden. In deze workshop hebben we de bezoekers vertelt over het project. We hebben uitgelegd wie de Latin Sisters zijn en wat we tot nu toe ontworpen hebben. Hier kregen we erg enthousiaste reacties op. Om het nog duidelijker te maken wat desyding precies inhoudt, hebben we met de bezoekers een doppen-tafel gemaakt en een desycle lamp opgehangen. Een aantal bezoekers was aan de slag gegaan met het sorteren van de dopjes op kleur.



Figuur 3.2: Sorteren van de verschillende kleuren doppen.

Andere bezoekers hadden de houten randen aan de tafel bevestigd. Één bezoeker hield zich bezig met de elektriciteitsvoorziening en het ophangen van de kartonnen lamp boven de tafel. Uiteindelijk hing de lamp en stond de tafel. Het was een prachtig resultaat en het fleurt de hal van Makom helemaal op.



Figuur 3.3: Het eindresultaat van de workshop.

Leerpunten

Een wat moeilijker punt was de bezoekers aan te zetten mee te gaan doen aan de workshop. Het kwam langzaam op gang. Mensen moesten echt geactiveerd worden. Toen een groep mensen eenmaal bezig was, ontstond er een fijne en ontspannen sfeer onder deze mensen. Tijdens het werken aan de tafel konden we makkelijker met de bezoekers praten. Door aan dezelfde activiteit bezig te zijn, voelt men zich als deelnemers van de activiteit meer gelijkwaardig aan ons dan wanneer iemand een presentatie houdt of als iemand zomaar allerlei vragen gaat stellen. Wat we ook hebben opgemerkt is dat de buitenlanders actiever meededen met de workshop. Onder hen was een goede sfeer. Deze mensen kunnen geen Hi5-er worden, aangezien ze vaak niet of nog geen 2 jaar in Amsterdam staan ingeschreven. Het lijkt ons interessant als DRG rekening kan houden met deze mensen. De mensen die meededen aan de workshop waren erg enthousiast en actief. Zij zouden een belangrijke rol in de desybling werkplaats kunnen vervullen.

Vaardighedenworkshop

Woensdag 24 september 2008

Na de kennismakingsworkshop in Makom volgde de vaardighedenworkshop in een ander inloophuis van DRG: Blaka Watra. Het is van groot belang om de vaardigheden van de Hi5-ers goed te kunnen inschatten, zodat we producten kunnen ontwerpen die goed aansluiten bij het niveau van de vaardigheden van de Hi5-ers.

De workshop was in de inloopruijme van Blaka Watra. Verschillende Hi5-ers en bezoekers van Blaka Watra deden mee aan de workshop. Na een voorstel rondje en uitleg over het project begonnen we meteen met het maken van een desycle product. We maakten een krukje van kartonnen dozen. De doos moest afgemeten worden om op de juiste plek in vieren te kunnen worden gesneden. Daarna moesten de vier delen tegen elkaar worden gebonden met tieribs.

Het was leuk om te zien dat de motivatie van Chahid was zo snel mogelijk z'n krukje af krijgen en als eerste klaar zijn. Armando was juist erg nauwkeurig en neemt goed de tijd om z'n krukje netjes in elkaar te zetten. Hij baalde er wel van dat hij zoals altijd als laatste klaar was. Gelukkig schoot Nauhad hem te hulp.



Figuur 3.4: Alle krukjes zijn klaar voor gebruik.

Nadat iedereen z'n krukje af had hebben we iedereen met behulp van kaartjes gevraagd naar hun vaardigheden. Hadden ze ervaring met hout, zagen en schuren, met stof en naaien, met karton en kippen etc. Zie bijlage 7 voor de vaardigheden. Zie bijlage 5 voor meer observaties tijdens de workshop in Blaka Watra.

Leerpunten

Iedereen heeft een andere manier van werken. Sommige bezoekers zijn erg snel en proberen dingen gewoon uit. Andere bezoekers zijn erg nauwkeurig. Concentratie vasthouden was bij een aantal mensen wel een probleem. Maar over het algemeen waren we erg blij met het niveau van hun werk.

Bezoek aan de kaarsen- en fietsenmakerij van DRG Dinsdag 30 september 2008

We bezochten twee andere activatieprojecten van De Regenboog Groep: de fietsemakerij en de kaarsenmakerij. We spraken met de projectbegeleider Bernard om een beeld te krijgen van hoe het er in deze werkplaatsen aan toe gaat. We wilden graag horen hoe de Hi5-ers werken en welke problemen hij tegenkomt, zodat wij hier rekening mee kunnen houden bij het opzetten van de werkplaats.

In de kaarsenmakerij was iemand bezig om een hele reeks kaarsen te maken. Andere mensen zaten te kletsen.

Soms krijgt de kaarsenmakerij opdrachten om een hoeveelheid kaarsen te produceren. Er zijn wat moeilijkheden die ze dan tegenkomen. Er is bijvoorbeeld een bestelling van honderd maal één type kaars. De kaarsen moeten dan volgens instructie (kleurenpatroon, hoek etc) gemaakt worden. Dit is moeilijker voor de mensen. De kleuren kaarsvet mogen nu niet mengen (droogtijd moet lang genoeg zijn), de kleuren moeten onder de goede hoek in de mal komen etc. De kaars moet lijken op z'n voorbeeld. Dit is veel moeilijker dan een eigen ontwerp maken. Bij een eigen ontwerp kan er altijd gezegd worden de kaars zo moest worden. Het maakt mensen onzeker als hun kaars niet op het voorbeeld lijkt, dan is de kaars 'mislukt'. Bij het vrij kaarsen maken, kan de kaars niet 'mislukken'. Bernard geeft wel aan dat werken volgens productie wel mogelijk is, maar dat dit uitgetest moet worden.

In de fietsenmakerij was iemand goed aan het werk om een oude fiets op te knappen. Iemand anders had niet de concentratie om aan een fiets te werken. Hij liep daarom rond en hij mocht kleine klusjes doen.

Meer ervaren mensen worden gekoppeld aan mensen die nog weinig van fietsen maken weten. Zo kunnen ze van elkaar leren. Meestal gaat dit redelijk goed, maar er zijn af en toe ook incidenten.

De begeleiders zijn niet streng in of mensen op tijd komen. Als mensen vaak te laat komen, wordt er eerst met de Hi5'er gesproken, daarna met de trajectbegeleider en daarna pas met het DWI. De Hi5'ers beseffen zelf ook dat ze niet te veel buiten de regels kunnen gaan, want anders moeten ze uiteindelijk naar een ander project en de meeste vinden het wel leuk om hier te werken. Er hangt een schema wie wanneer in de kaarsenmakerij werkt. De meeste werken drie hele dagen. Ze krijgen €10.- voor een hele dag, dus €5.- per dagdeel.

Het hangt van de mensen af hoe de groep werkt. De fietsenmakerij is nu vier maanden bezig en Bernard verwacht pas in mei 2009 een 'stabiele' vrij zelfstandig werkende groep te hebben. Bernard probeert langzaam aan verantwoordelijkheden over te dragen aan Hi5'ers.

Leerpunten:

De kaarsenmakerij

- Hi5'ers zijn niet één groep, maar heel divers.
- De motivatie voor de Hi5'ers loopt uiteen:
 - o Verplichting door DWI
 - o Geld verdienen
 - o Nuttige dagbesteding

- o Sociale contacten
- o Ergens mee bezig zijn
- De Hi5'ers mogen vrij kaarsen maken naar eigen ontwerp. Dat gaat vrij goed.
- Het maken van kaarsen volgens productie maakt mensen meer onzeker, dan volgens eigen ontwerp kaarsen maken.
- Mensen worden vrij gelaten in hoe hard ze werken.
- Begeleiders zijn niet streng als het gaat om op tijd komen, maar er wordt wel in enige mate verwacht dat ze op tijd komen.

De fietsenmakerij

- Ervaren mensen worden gekoppeld aan minder ervaren mensen.
- Sommige mensen kunnen goed zelfstandig werken, andere hebben bijna één op één begeleiding nodig. Daar zijn geen mensen voor, dus die mensen mogen kleine klusjes doen.
- Het kost veel tijd om een werkplaats stabiel draaiende te krijgen.
- De verantwoordelijkheden van Hi5'ers worden langzaam opgebouwd.

Test workshop in Makom

Woensdag 15 oktober 2008

Na de brainstorm sessie met het ontwerpteam waren we gekomen tot een aantal productconcepten. Voordat we deze concepten verder gingen uitwerken, wilden we testen hoe goed de Hi5-ers in staat waren om deze producten in elkaar te zetten. Vandaar een test workshop in Makom.

De Hi5-ers kozen uit het maken van een broodzak gemaakt van de meelzakken of een sieraad gemaakt van melkpakken. Er waren ook een aantal vrijwilligers en andere geïnteresseerden aanwezig die meededen. De Hi5-ers werden in twee groepjes verdeeld en ieder groepje ging onder begeleiding van iemand van LSDP een product in elkaar zetten. Het feit dat er niet gerookt mocht worden in de werkplaats, werd wat minder enthousiast in ontvangst genomen.

Bij de groep die de broodzak maakte wilden we testen hoe mensen met het broodzak papier omgingen. We wilden kijken of ze in staat waren om de naaimachine te gebruiken om de broodzak aan elkaar te naaien. We keken ook naar de creativiteit in het maken van een patroon op de zak en natuurlijk ook naar het eindresultaat.

Verschillende mensen waren erg enthousiast over de producten, vooral de broodzak vond men leuk om te maken. Bezoekers Jaque en Ron en tijdelijk begeleidster Kriel gingen aan de slag met de broodzak. Belinda legde stap voor stap uit hoe de broodzak gemaakt moest worden. Toen we de naaimachine moesten gaan gebruiken werd het spannend. Toen bleek opeens dat allebei de mannen al vaker met de naaimachine gewerkt hadden. Ron was erg goed in

het gebruiken van de naaimachine. Hij had vroeger veel genaaid wat nu heel goed van pas kwam. Ron kwam ook met een nieuw design van de broodzak. Jaque kwam met een eigen aanpassing aan het ontwerp. De broodzak kon volgens hem beter uitlopen dan recht zijn. Dat was inderdaad een goede aanpassing!



Figuur 3.5: Jaque komt met een goede kritiek over het ontwerp!

Bij de groep die de sieraden ging maken, keken we hoe nauwkeurig de mensen konden werken. Ook het gebruik van het strijkijzer met het materiaal werd bekeken.

Myra wilde graag haar eigen sieraden maken. Ook Kathleen (de coördinator van Makom) en Erica (een vrijwilliger bij Makom) maakten hun eigen desycle sieraden.



Figuur 3.6: Myra is bezig aan een sieraad.

Leerpunten

We kwamen tijdens de ochtend tot de ontdekking dat sieraden maken toch wel een heel precies klusje is. Dit is niet geschikt om mee te beginnen in de werkplaats. Misschien over een aantal maanden dat we het alsnog kunnen proberen.

Het maken van de broodzakken ging prima met stap voor stap begeleiding. Ook voor de wat meer onervaren naaimachine gebruikers, leek het geen probleem.

Parallel aan deze workshops waren de producten nog in ontwikkeling. Er waren aanpassingen aangebracht aan de producten aan de hand van de test workshop. Toch was het belangrijk dat de werkplaats nu open ging. Op dat moment was er een tijdelijke werkplaatsbegeleidster aanwezig en DRG was bezig met het aannemen van twee vaste werkplaatsbegeleiders. Het was de bedoeling dat voor kerst de eerste producten in de winkel lagen. Wij zijn daarom begonnen met het geven van twee test-workshops per week. In deze workshops zijn wij begonnen met de opleiding van de tijdelijke werkplaatsbegeleider, Kriel. Tijdens de workshops werden de producten getest, zodat parallel hieraan de ontwerpen verbeterd konden worden en nog beter op de vaardigheden van de Hi5-ers kon worden afgestemd.

Try-Out workshop I

Woensdag 29 oktober 2008

Er worden acht mensen verwacht voor de eerste try-out workshop. Maar het was even wachten of iedereen komt opdagen. Isabel, Kriel en Belinda gaven vandaag de workshop.

De twee mannen Jaque en Harry en Sabrina (stagiaire van de kaarsenmakerij) gingen de broodzakken maken. Voor Belinda kon zeggen hoe ze met de broodzak moesten beginnen, begon Harry in de meelzakken te knippen. Hij ging in een razend tempo de broodzakken in elkaar zetten. Met de niet-machine zette hij de randjes vast. Hij maakte het voorbeeld gewoon na!



Figuur 3.7: Hier zie je Jaque in actie achter de naaimachine.

Jaque wist nog van de vorige keer hoe hij de broodzak moest maken. Harry had wel wat moeite met het feit dat de broodzakken met de naaimachine gemaakt worden. Hij vond de naaimachine toch meer wat voor vrouwen. Hij was erg bezig met z'n eigen ontwerpen en met een hoge productie. Dat was wel erg leuk om te zien. Tot nu toe zag je dat de bezoekers erg hun eigen gang gaan en liever zelf aan de slag gaan, dan dat ze precieze instructies opvolgen.

Om 12.00u gingen we met z'n allen opruimen. Ze hielpen allemaal mee met opruimen, vooral Harry hiep goed mee.

Leerpunten

Aan het begin is er intensieve begeleiding nodig van de Hi5-ers. Stap voor stap moet hen uitgelegd worden hoe de producten in elkaar gezet gaan worden. Met geduld en aandacht moeten sommige Hi5-ers aangestuurd worden. Andere Hi5-ers zullen na een uitlegochtend zelfstandig aan de slag kunnen.

Try-Out Workshop II

Vrijdag 31 oktober 2008

In deze workshop hielden we ons wat meer bezig met het design van de broodzak. Tot nu toe hadden we de bezoekers vrij gelaten in de maten van de broodzak en het patroon erop. Vandaag gingen we met geometrische en organische patronen werken.

De patronen waren op A4-tjes uitgeprint. Als ze deze patronen op de meelzak plakten en de rondjes eruit slaan, werd het patroon overgezet in de meelzak. Het gaat hier om het kiezen van de juiste maat holpijp en nauwkeurig werken.



Figuur 3.8: Joyce maakt met de holpijp een patroon op de meelzak.

Het maken van de patronen ging behoorlijk goed. Het lukte Harry en Joyce goed om het juiste formaat holpijp te kiezen, af en toe kozen ze de verkeerde maat. De patronen zagen er goed uit. Harry had

de naaimachine gebruikt voor het maken van z'n broodzakken. Nadat we het enkele malen voor hadden gedaan, was hij in staat om zelfstandig zijn broodzakken dicht te naaien. Hij had er vandaag weer vijf gemaakt! Z'n zakken worden steeds ietsje nauwkeuriger.

Leerpunten

De bezoekers kregen elke workshop iets meer uitgelegd over het ontwerp en de productie in de werkplaats werkte goed. Ze begonnen vrij en moesten steeds preciezer volgens de regels de producten maken. Dat lijkt tot nu goed te werken.

Try-Out Workshop III

Woensdag 5 november 2008

Vandaag deden de bezoekers Jaque, Harry, Joyce en Florian weer mee. We begonnen weer met de broodzakken. Wij hadden weer een nieuwe versie van het ontwerp gemaakt. De onderkant was nu anders afgewerkt, waardoor er meer structuur in de zak zit, zodat ie beter kan blijven staan. Ook was er weer een nieuw patroon met de pons gemaakt.

Harry begon weer snel in de meelzakken te knippen. Je moest hem een beetje afremmen en rustig aan vertellen hoe en waarom het ook anders kon. Chaque luistert heel goed naar alle aanwijzingen. Hij kwam ook om advies vragen. Joyce is enthousiast over het project en ze was er vandaag voor de tweede keer. Ze had nu nog wel één op één begeleiding nodig. Florian had weer een foto nagetekend. Hans had ook een broodzak gemaakt. Hij vond het erg leuk om te doen.

Deze workshop hadden we voor het eerst de tasjes voor de sieraden kits van de koffiezakken gemaakt. We wilden graag de strijktechniek met dit materiaal testen. De bezoekers mochten zelf een formaat kiezen voor het tasje. Harry ging weer hard aan de slag. Hij kwam weer met veel eigen ideeën. Hij heeft zelfs een schoudertas gemaakt, die Belinda heeft gekregen. Jaque maakte een portemonneetje. Het strijken ging best goed.

Leerpunten

Tijdens deze workshop beseften we ons dat de Hi5-ers veel aandacht nodig hebben, waardoor we de werkbegeleidster niet genoeg kunnen leren tijdens de workshops. Het is een arbeidsintensieve opleiding van Hi5-ers en de werkbegeleidster. Daarom is er besloten om de definitieve werkplaatsbegeleiders een aparte opleiding te geven. We wachten nu tot de definitieve werkplaatsbegeleiders zijn aangenomen. Wij zullen hun persoonlijk opleiden zonder de aanwezigheid van Hi5-ers. Zo kunnen wij alle belangrijke kennis aan hen overdragen.

Try-Out Workshop IV

Vrijdag 7 november 2008

Vandaag waren er twee opdrachten voor de deelnemers. De eerste opdracht was het maken van de broodzak aan de hand van een handleiding. De drie deelnemers werden hier individueel in ondersteund door het Latin Sisters team.

Harry die normaal heel assertief begon en z'n eigen weg ging, volgde verrassend goed de instructies op. Hij had bij sommige stappen hulp nodig en de handleiding was ook nog niet ideaal in beeld en uitleg. Volgens Harry was de handleiding goed en duidelijk. Hij zei dat hij het leuk vond om de handleiding te volgen en zo wordt het net een soort raadsel. Hij had wel moeite om met z'n concentratie bij de handleiding te blijven. Belinda moest hem elke keer wijzen op de volgende stap in de handleiding. Hij heeft zich er wel keurig aan gehouden. En hij had een mooie broodzak gemaakt. Z'n mooiste tot nu toe. Hij heeft goede vorderingen gemaakt!



Figuur 3.9: Harry is trots op zijn zelfgemaakte broodzak!

Harry heeft met drie patronen kunnen oefenen. Hij had de pons patronen gemaakt in stukken papier. Dit was wel lastig, maar met oefening zal dit ook beter worden.

Jaque had wat moeite met wat Nederlandse woorden in de handleiding. Ook waren niet alle plaatjes even duidelijk. Hij vond het wel leuk om de handleiding te volgen en hij vond het ook een goed idee. Ook zijn zak werd best mooi!



Figuur 3.10: Jaque tekent het hoekje af.

Joyce vond het best moeilijk om met de handleiding te werken. De plaatjes van de handleiding zullen toch gedetailleerder moeten worden om helemaal duidelijk te zijn.

Voor de rest leken Harry en Jaque het jammer te vinden dat de try-out workshops voorlopig even stoppen. Ze vonden het gezellig en leuk om te doen. We hadden met Jaque afgesproken dat hij voortaan elke vrijdag de materialen bij de winkels met de bakfiets gaat ophalen. Deze vrijdag ging Isabel met hem mee om hem alles uit te leggen en om hem voor te stellen aan de mensen.

Het tweede deel van de opdracht van vandaag was de onderdelen voor de sieraden maken. Harry en Jaque hebben rondjes uit het koffiezakken papier met de holpijpen geslagen. Jaque vond het erg mooie sieraden. Hij kwam ook meteen met een eigen idee voor een lampenkap.

Leerpunten

Het werken met een handleiding werkte goed. De handleiding moest nog iets verbeterd worden. Dan is het een geschikt hulpmiddel voor de werkplaats.

3.3 Onderzoek naar consumenten en producten

Om te zorgen dat de producten die uiteindelijk in de winkel komen te liggen aantrekkelijk zijn voor de consumenten, is er onderzoek gedaan naar bestaande producten en naar de consumenten.

We hebben De Goede Doelen Winkel (GDW) op de Haarlemmerdijk nummer 26 bezocht. Hier hebben we gesproken met de eigenaresse van de winkel (Kawita Ramdas). Zij heeft ons veel informatie gegeven over de populaire producten, de prijzen en de consumenten. Zij heeft zelf ook gewerkt als leiding van sociale activerings- en reïntegratieprojecten, op deze manier kon ze ons hele specifieke informatie geven in verband met het project en de mogelijkheden.

Range producten

Het type producten dat verkocht wordt is vrij breed. Veel goede doelen verkopen t-shirts en informatieve producten, zoals boekjes met informatie of producten met informatie. Het WWF verkoopt vooral knuffels met hun eigen label. Er worden verder notebooks, schalen, puzzels, sieraden, fotolijsten, agenda's, tassen etc. verkocht.



Figuur 3.11: Overzicht van de GDW.



Figuur 3.12: Schappen van goede doelen.

De producten die erg goed lopen zijn:

- schalen
- notebooks
- fotolijsten
- puzzels voor kinderen
- kussenslopen met gedichten
- aantoonbare gerecyclede spullen

Suggesties voor mogelijke producten

- tasje van kranten als cadeauverpakking
- een product gemaakt van overtollig papier
- rosetten van afvalpapier
- cadeaudecoratie
- verjaardagkalender
- kerst: kerstballen, kerststal
- sinterklaas: mijter

Reden tot aankoop

De meeste producten worden aangeschaft als cadeau. Dit weten ze door de hoeveelheid producten die ze moeten inpakken voor de klanten. Maar producten zoals chocolade wordt ook voor eigen gebruik gekocht. Ook wordt er voor de kinderen producten verkocht, zoals legpuzzels.

Prijrsrange

De producten die verkocht worden zijn duurder in prijsklasse dan producten in warenhuizen of andere winkels. De prijzen variëren van €2.95 voor kleine dingetjes tot tientallen euro's voor grote producten of producten waar veel arbeid of dure materialen in zitten.

Een verklaring voor het feit dat deze 'duurdere' producten nog steeds verkocht worden, kan zijn dat aan de ene kant het producten met een verhaal zijn (maatschappelijk, milieu, duurzaam) waar mensen bereid voor zijn om meer te betalen. Maar een andere verklaring kan zijn dat de producten als cadeau's worden gekocht en daarom iets duurder mogen zijn.

Voor prijzen van producten in de GDW lees bijlage 4.

Klanten van de GDW

De klanten die door de weeks langskomen zijn vooral buurtbewoners, waaronder ook de Amsterdamse grachtenelite valt. Deze mensen zijn in z'n algemeen te omschrijven als hoogopgeleid, intellectueel, milieubewust en eigenzinnig. Ze weten precies waarom ze in de winkel komen en wat ze zoeken. De klanten in het weekend zijn vooral voorbijgangers en toeristen. Van de toeristen zijn over het algemeen Amerikanen, Duitsers en Belgen erg enthousiast over het concept. Zij kopen dan ook veel spullen. Italianen proberen vaak wat van de prijs af te krijgen.

Extra interesse kweken

Klanten raken extra geïnteresseerd in producten als het product en de achtergrond inzichtelijk wordt gemaakt. Hoe inzichtelijker hoe beter. Met behulp van een label of brochure kan het 'verhaal achter'

het product worden verteld. Ook persoonlijke verhalen, van bijvoorbeeld een dakloze, kan mensen erg aanspreken.

De eigenaresse Kawita vertelt graag het verhaal achter het product aan de mensen. Een voorbeeld is dat de kettingen uit Uganda rond de 10 euro zijn en voor ons een klein bedrag lijken. Maar een kind kan in Uganda van 40 euro een heel jaar naar school. Zulke verhalen maken mensen nog enthousiaster over de producten. Deze verhalen zijn ook leuk voor de mensen om op verjaardagen en bij het geven van het cadeau te vertellen.

De buurt van de GDW

De GDW ligt in de Haarlemmerdijk. Dit is een winkelstraat. De GDW ligt in een buurt met veel winkels. Er zitten veel specialistische winkels tussen, zoals luxe bakkerijen, latin music winkel, natuur winkel, spirituele academie, kookboekhandel, vlees speciaalzaak, tweedehands kleding winkel, Kinki kappers, chocolaterie etc. Voor veel van deze winkels zullen mensen dus speciaal komen, net als voor de GDW. Ook is het leuk voor toeristen om doorheen te lopen en kijken wat voor specifieke Amsterdamse winkels en mogelijke cadeauwinkels er zijn. De omschrijving van de eigenaresse van de GDW lijkt op het eerste gezicht ook op de rest van de winkels in deze straat van toepassing te zijn.

Doelgroep van de werkplaats

Kawita heeft ervaring met het werken met de doelgroep van dak- of thuislozen en verslaafden. Zij gaf het volgende aan. Deze mensen, dak- of thuislozen of verslaafden, hebben vaak een tijd niks gedaan. Het is erg moeilijk/ een grote uitdaging om ze te activeren. Het is vooral moeilijk voor die mensen om een commitment aan te gaan en enthousiast te blijven. Daarom is het van groot belang dat de te maken producten erg simpel zijn. Als mensen het te moeilijk vinden, komen ze niet meer. Op die manier kan Makom in de problemen komen met de subsidieverstrekking.

Voor meer specifieke informatie over de GDW lees bijlage 4.

De winkel van DRG

De winkel van de Regenboog Groep was tijdens het onderzoek nog niet geopend. Het vermoeden bestaat dat de winkel een ander publiek trekt dan de GDW. Ook worden er andere producten verkocht. In het marketing plan moet er nog gekeken worden naar deze verschillen om een zo goed mogelijke marketingstrategie uit te kunnen zetten.

Cadeau top 10

Aangezien De Goede Doelen Winkel veel producten verkoopt als cadeau is het interessant om te zien welke producten populair zijn als cadeau's.

Er is op internet een cadeau top-10 onderzoek gedaan. Elke top 10 heeft weer een andere focus, zoals mannen of vrouwen, tiener meiden, gadget freeks etc.

De conclusie is dat bij vrouwen spullen als make-up, parfum en sieraden populair zijn, maar ook interieurbonnen. Gadgets en elektronische apparaten, zoals koffiezetapparaten en mp3-spelers zijn ook populair. Verder zijn boeken, spelletjes en eetbare dingen of producten waarmee eetbare dingen te maken zijn ook in trek. Zie bijlage 9 voor een uitgebreidere analyse van populaire producten.

DRG heeft een quick scan gemaakt van de markt en de mogelijkheden hierin. Zie bijlage 8 voor de quick scan.

Conclusie consumenten en winkels

Aangezien gerecyclede producten en producten met een verhaal het goed doen, hebben producten die uit de werkplaats komen een goede kans om goed te gaan lopen. Deze producten zullen van gebruikt materiaal gemaakt worden en het verhaal van de werkplaats en de bezoekers van Makom is een verhaal waard. Voor de klanten in het weekend zal een hoge impulsaankoop-waarde in de producten van groot belang zijn. De producten zullen dus op het eerste gezicht meteen moeten aanspreken en de aandacht moeten trekken. Voor de doorweekse klanten zal misschien het verhaal en het niveau van het ontwerp van groter belang zijn. Ook omdat het verhaal van daklozen in Amsterdam deze mensen meer zou kunnen aanspreken dan het de toeristen aanspreekt. Voor het type producten die gemaakt zullen gaan worden als er in de richting van 'cadeau'-producten gedacht moeten gaan worden. 'Cadeau'-producten die wel makkelijk te vervaardigen moeten zijn. Een label met een verhaal en uitleg over de achtergrond van het product is heel belangrijk. Het cadeaupapier waar op dit moment aan gedacht wordt door DRG is misschien minder geschikt, omdat dit extra materiaal met zich meebrengt.

3.4 Ontwerpproces

Na de onderzoeksfase kwam de ontwerpfase. Het startpunt van de ontwerpfase was de ontwerp marathon. Twee weken lang hebben we brainstorm sessies met het hele ontwerp team gehouden. De startpunten van de brainstorm sessies waren:

Samenvatting belangrijkste onderzoeksresultaten puntsgewijs

- Hi5-ers zijn allemaal anders.
- Hi5-ers moeten allemaal op hun eigen manier gemotiveerd worden.
- Hi5-ers hebben individuele begeleiding nodig in hun werkproces.
- Hi5-ers moeten in staat worden gesteld elk een eigen product helemaal zelf te maken.
- 'Cadeau' producten zijn zeer geschikt voor verkoop in de GDW en de winkel van DRG.
- Een label met het 'verhaal achter' het project heeft potentie.
- Kleine zelfstandige winkels lijken het meest geschikt om hun afval te verzamelen voor dit project.

Tijdens de ontwerp marathon hebben we gebrainstormd over het merk, de materialen, de producten en het design. Met behulp van tal van methodes, zoals bijvoorbeeld bloem associaties en 'dynamic brain writing', hebben we de creativiteit zo veel mogelijk de vrijheid gegeven.

De ontwerpers hebben combinaties gemaakt tussen interessante productideeën en interessante materialen. Op deze manier ontstonden er veel producten gemaakt van één type materiaal. Wij maken de producten het liefst zoveel mogelijk uit één type materiaal. Als het product dan uiteindelijk alsnog in de afvalstroom terechtkomt, hoeven er geen moeilijke afvalscheidingsprocessen plaats te vinden.

Product ideeën

Er is nagedacht over de motivaties van de Hi5-ers om in deze werkplaats te komen werken. Ook is er nagedacht over de motivaties van andere betrokken partijen. Zo kan er tijdens het ontwerpen rekening gehouden worden met wat mensen interessant vinden. (Zie bijlage 6)

Tijdens een brainstorm in het LSDP team zijn we met zo veel mogelijk product ideeën gekomen, ongeveer 200 à 300. Hieruit is een selectie gemaakt van 48 product ideeën.

Uit deze lijst is een selectie van acht producten gekomen, gebaseerd op de volgende lijst criteria:

- Een product dat speciaal leuk is voor de meeste mannen.
- Een product dat speciaal leuk is voor de meeste vrouwen.
- De vaardigheden moeten in één dagdeel aan te leren zijn.

- De producten moeten te produceren zijn met simpele vaardigheden.
- De producten moeten te vervaardigen zijn met relatief goedkope productietechnieken.
- De producten moeten redelijk snel te maken zijn (meerdere in een dagdeel).
- Regelmatige aanvoer materialen
- Makkelijke samenwerking winkelier
- De materialen moeten makkelijk schoon te maken zijn
- De materialen moeten makkelijk zijn om mee te werken
- Er moet een goed verhaal achter zitten
- Er moet waarde aan de materialenstroom worden toegevoegd
- Sterkte (duurzaamheid) van het materiaal
- Eigenschappen van het materiaal
- Commercialisatie mogelijkheden
- Uitstraling
- Originaliteit

Vanuit de product ideeën met potentie en interessante technieken zijn de broodtas en de sieradenkit gekomen:



Figuur 3.13: Broodzak en sieradenkit.

Deze twee productlijnen zijn daarna doorontwikkeld in een aantal maanden tijd. Tijdens het doorontwikkelen van de producten is er gekeken naar vormgeving, gebruiksgemak, materiaaleigenschappen, duurzaamheid, productie etc.

Met behulp van de try-out workshops is getest of de Hi5-ers in staat waren om de producten te maken. Op deze manier zijn er meteen een aantal goede aanpassingen in het ontwerp aangebracht.

Proces Streetdiamonds

In het kort zullen de verschillende ideeën, die er voor de merknaam waren, worden uitgelegd en het keuzeproces wordt beschreven.

In de onderzoeksfase van het project zagen we dat het "verhaal achter" een product net zo belangrijk is als de kwaliteit van de producten, daarom is er gewerkt aan een sterk concept waaronder de lijn van desycled producten worden gepresenteerd.

De buurt Oud-Zuid in Amsterdam, Makom, DRG, de Hi5-ers en de afvalmaterialen gaven veel inspiratie om tot een hele lijst met mogelijke merknamen voor de te ontwerpen productlijnen te komen. Hieruit zijn de 6 beste ideeën geselecteerd. De zes verhalen zijn gekozen door te kijken naar de meest praktische (makkelijk in te voeren), innovatieve (origineel) en intuïtieve (op gevoel) verhalen.

De zes gekozen ideeën zijn:

- Maatschappij voldoet niet aan de verwachtingen van de dak- en thuislozen: Dak- en thuislozen vallen buiten de maatschappij. Ze hebben niet voldaan aan de verwachtingen van de maatschappij, waarin mensen een baan hebben, een huis, familie, vrienden en kinderen. Maar het kan ook andersom worden bekeken. De maatschappij voldoet niet aan de verwachtingen die de dak- en thuislozen hebben. Ze hebben problemen die ze niet in de maatschappij kunnen oplossen.
- Hyves-idee: Een stoere foto van de dak- of thuislozen met een beschrijving van z'n dagelijkse bezigheden, hobby's, favorieten etc.
- Fashionable dressed / Street diamonds: In de pijp is de eerste diamantfabriek van Nederland opgezet. De dak- en thuislozen zijn ruwe straatdiamanten. Het zou leuk zijn om dak- of thuislozen met oude kleren of afval heel modieus aan te kleden.
- Makom in het toeristenboekje van de Pijp. Op deze manier kunnen toeristen leren wat Makom is en waar het zit.
- Kleuren 'zwerver' palet: Een palet (waaier) met verschillende dak- en thuislozen die laat zien dat elke zwerver zijn 'eigen kleur' heeft. Iedereen is heel verschillend en heeft een eigen verhaal.
- Niet glimmend goud: sommige objecten/ personen glimmen maar zijn niet goud van binnen. Sommige personen glimmen niet, maar zijn wel goud van binnen.

Verhaal één over de verwachtingen van de maatschappij, kan te provocerend zijn. Verhaal twee past in de trends van dit moment, geeft informatie en zet de dak- en thuislozen in een ander beeld. Streetdiamonds lijkt een perfecte naam te zijn. Het verhaal klopt bij de pijp, de dak- en thuislozen en bij het desycle concept. Idee vier om Makom op te nemen in het toeristenboekje is een goed idee, maar alleen een deel oplossing als merk en verhaal. Idee vijf geeft inzicht in het leven van dak- en thuislozen en de verschillen tussen hen. Verhaal zes is goed te combineren met Streetdiamonds en 'rough' diamonds.

De keuze valt op de merknaam Streetdiamonds. Deze naam lijkt alles te omvatten: De pijp en z'n diamantenfabriek, één van de eerste in Nederland. De dak- en thuislozen zijn zelf (rough) street diamonds. Ze zijn veel waard, maar ze moeten spreekwoordelijk geslepen worden om weer een plek in de maatschappij te kunnen veroveren. De desycle producten worden gemaakt tot diamonds van afvalmaterialen van 'de straat'. Street en urban zijn ook populaire termen op dit moment.

Onderzoek vergelijkbare producten

Toen na de brainstormsessie over de producten bleek dat de broodzak en de sieraden twee goede richtingen zijn, is er onderzoek gedaan naar vergelijkbare producten die al op de markt verkrijgbaar zijn en welke producten er nog niet zijn.

Er is gekeken naar prijs, vormgeving en of de producten onder de noemer 'fair' trade vallen of niet. Het resultaat voor de broodmandjes is dat er brood 'zakken' of vergelijkbare producten zijn te vinden in alle prijsklassen. Er zijn echter alleen maar 'budget' fair trade broodmandjes. Er ligt dus een kans in de middel en hogere prijsklassen.



Figuur 3.14: Vergelijkbare producten broodmandjes.

Voor de sieraden-do-it-yourself-lijn zijn er producten te vinden van een relatief lage prijsklasse tot een hogere middelklasse. We hebben geen do-it-yourself 'fair' trade sieraden kunnen vinden. Dit is een grote kans.



Figuur 3.15: Vergelijkbare producten sieraden.

Zie bijlage 11 voor de grote overzichten.

Resultaten

4. Resultaten van het project

De resultaten van dit project zijn: twee productlijnen met de etiketten en ander grafisch materiaal, een bijbehorend merk, de opzet van de werkplaats, oa opleiding van de werkplaatsbegeleiders en het productieproces, en de logistieke organisatie van de materialen en producten.

4.1 Merknaam Streetdiamonds

In deze paragraaf wordt er aandacht besteed aan een heel belangrijk aspect van de twee ontworpen productlijnen, het merk: Streetdiamonds. Deze naam is niet alleen een passende pakkende naam, het draagt de inhoud van het project uit.

In deze paragraaf zal de achtergrond van de merknaam worden uitgelegd. En er zullen drie voorstellen worden gedaan hoe het merk Streetdiamonds visueel naar de buitenwereld kan worden uitgedragen.

Het merk Streetdiamonds

In het volgende stuk zullen we de verschillende aspecten van het merk streetdiamonds en de twee productlijnen uitleggen. In het marketingplan gaan we dieper in op dit onderwerp.

Het 'verhaal achter' Streetdiamonds

Merk: Streetdiamonds is een metafoor die de combinatie tussen de ruwe kanten en de schoonheid van het leven beschrijft. Streetdiamonds is ook geïnspireerd op de geschiedenis van de Pijp, de wijk waar Makom is gevestigd. In deze buurt ontstond een van de eerste diamantfabrieken van Nederland.

Een Streetdiamond is een persoon met een 'ruige' levensstijl en met een glinstering in zijn of haar binnenste die wacht om opgepoetst te worden om aan de buiten wereld te tonen.

Relatie met consumenten

Streetdiamonds zal gaan over het destigmatiseren van 'het beeld van de dakloze'. Ook zijn de redenen om mee te doen aan het reïntegratie proces van de bezoekers belangrijk. Het zal uiteindelijk niet alleen gaan om het activeren van de bezoekers, maar ook de maatschappij moet worden geactiveerd. Streetdiamonds laat de consument door de producten zien dat de bezoekers een onderdeel van dezelfde wereld als zij zijn.

Merk iconen

Het merk is herkenbaar aan het woord Streetdiamonds, geschreven als één woord. Ten tweede is het merk herkenbaar aan het 'lipje' van frisdrankblikjes. Het beeld van de 'bezoekers' in de communicatie naar buiten toe in de media, zal

in interactie met de producten zijn om een actief gezicht te geven aan het concept 'dakloze'.

Producten

De consument zal twee type producten in de winkel onder dit merk vinden:

1) Desyycling for your home: Deze productlijn is georiënteerd op producten voor binnenshuis gemaakt van afvalmaterialen. Deze producten zijn desyycled door LSDP en geproduceerd door de desyycling werkplaats van Makom door de Streetdiamonds. De eerste lijn van producten zijn de broodzakken.

De broodzakken zijn gemaakt van meelzakken als belangrijkste materiaal. De meelzakken komen van de bakkerij Jambe in dezelfde straat als Makom. Het materiaal wordt door de bezoekers met behulp van verschillende technieken gemaakt tot de broodzakken. Een set bestaat uit 1 grote broodzak voor een half brood en 1 kleine broodzak voor losse broodjes. Een set heeft of een ponsmotief of het motief van de meelzak.



Figuur 4.1: Twee sets broodzakken.

Een set bevat een kleine (vooraan) en grote broodzak (achteraan.) Op de foto is een ponspatroon en een meelzakpatroon te zien.

2) Desyycling for the ladies: Deze productlijn is georiënteerd op 'dames'. Deze sieradenlijn is geïnspireerd op wat sieraden voor bezoekers betekenen en het heeft een speelse relatie met het merk Streetdiamonds.

De sieradenlijn is ontworpen als 'do-it-yourself' kits. Op deze manier blijft er een sterke relatie met het desycle concept. De sieraden zijn ontworpen van verpakkingsmateriaal van de koffiebonen van de coffee company. Deze keten heeft ook een aantal vestigingen in de buurt van Makom.

Er zijn drie soorten sieraden kits:

Oorbellen kit: Een kit met materiaal en een handleiding om drie setjes van oorbellen te maken. (1)

Ketting 'Deep' kit: Een kit met materiaal en een handleiding om een ketting te maken. (2)

Ketting 'Vivid' kit: Een kit met materiaal en een handleiding om een kralen ketting te maken. (3)



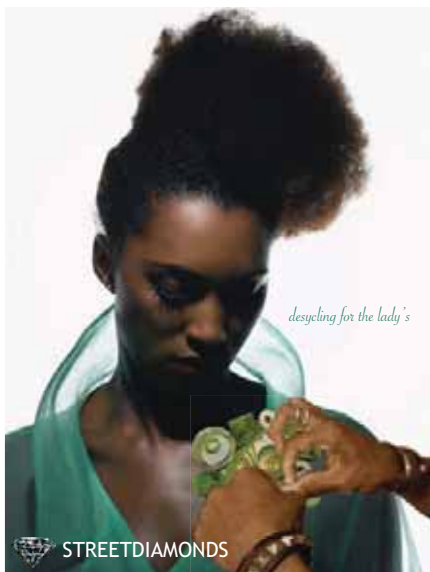
Figuur 4.2: links in het display 3 sets oorbellen, linker sieradenstandaard Ketting 'Deep' en de rechter standaard is de Ketting 'Vivid'.

Product display

Als onderdeel van het hele concept hebben de Latin Sisters een paar suggesties gedaan over de manier waarop de producten in de winkel kunnen worden gepresenteerd. Het display is ook ontworpen van afvalmateriaal en kan door de bezoekers worden gemaakt. Zie bijlage 12 voor het voorstel van het display.

Beeldmateriaal

Er zijn drie voorstellen gedaan voor het beeldmateriaal horende bij de merknaam en de marketing achter Streetdiamonds. Deze zullen verder ontwikkeld worden in het marketingplan.



Figuur 4.3: Een voorstel voor het beeldmateriaal.

Labels

Voor elk product in de twee productlijnen zijn labels ontworpen. Bij de sieradenkits geven de labels informatie over de desycling werkplaats, de inhoud van de kit, de moeilijkheidsgraad, de instructies, een foto van het eindproduct en de naam.

Bij de broodzak geeft het label informatie over de desycling werkplaats, een verhaal van een Hi5-er, een recept voor oud brood, de benodigde ingrediënten en een foto van de broodzak in gebruik.

Naam producten

Alle producten hebben een naam gekregen.

De broodzakken hebben een zo'n simpel en direct mogelijke naam gekregen, namelijk "broodzak".

De kits hebben speciale namen gekregen. In de diamantenwereld wordt er gesproken over een range van kleuren (normal color range internationaal geaccepteerd door laboratoria als GIA & IGI). Er zijn ook een aantal kleuren die niet in deze range voorkomen, de toon en verzadiging van een diamant worden met 9 termen beschreven: Faint, Very Light, Light, Fancy Light, Fancy, Fancy Intense, Fancy Vivid, Fancy Deep, Fancy Dark.

Hieruit zijn vijf namen naar voren gekomen. Voor de oorbellen: Light, Dark en Vivid. Voor de kettingen: Intense en Deep.

Lipje

Op alle producten zit een lipje. Dit is een lipje van een frisdrankblikje. Dit lipje maakt de producten van dit merk herkenbaar.

Het lipje zit als volgt aan de producten vast:



Figuur 4.4: Lipje aan producten.

Alle verschillende soorten vormen en kleuren lipjes worden gebruikt. In het marketingplan zal het ontwerp van het diamantje in het lipje verder worden uitgewerkt.

4.2 Omschrijving design producten

Speciaal voor de desybling werkplaats zijn de broodzakken en de sieraden do-it-yourself (DIY) lijn ontworpen. Deze paragraaf zal ingaan op de materialen van de producten en op het design.

Materialen

Meelzakken

Het eerste materiaal zijn de meelzakken van bakkerij Jambe Van Ostadestraat 384-386. Jambe werkt in z'n bakkerij met geestelijk gehandicapten mensen. Zij werken met biologisch meel. De zakken bestaan uit twee lagen papier. De meelzakken worden opgevouwen in een grote plastic bak bewaard. Op deze manier kunnen de muizen niet bij de zakken komen. Dit is voor de hygiëne van groot belang.

Jambe gooit normaal gesproken 20 à 25 meelzakken per week weg. Dat is tussen de 80 en 100 per maand. Ze belanden normaal gesproken bij het oud papier. Door dit project worden de meelzakken verwerkt tot nieuwe producten.



Figuur 4.5: Meelzak van bakkerij Jambe.

Koffiezakken

Het tweede materiaal zijn de koffiezakken van de Coffee Company filiaal Ferdinand Bolstraat 38. De koffiezakken zijn gemaakt van een bepaald type plastic. De buitenkant is hoogglanzend zwart en de binnenkant is glanzend zilver. Half januari kregen we nieuwe koffiezakken binnen. Deze koffiezakken zijn mat zilver van buiten en hoogglanzend zilver van binnen. We hebben advies gegeven aan werkplaatsbegeleiders hoe ze het ontwerp van de producten met kleine veranderingen hierop kunnen aanpassen.

De koffiezakken blijven na het schoonmaken naar koffie ruiken. Aangezien veel mensen dit een lekkere geur vinden en het een karakteristiek van de koffiezak is, is dit geen probleem.

De Coffee Company gooit normaal ongeveer 25 koffiezakken per week weg. Dit komt bij het huisafval en het materiaal gaat verloren.



Figuur 4.6: Koffiezak van Coffee Company Ferdinand Bolstraat.

De koffiezakken zijn zwart hoog glanzend van buiten en mat zilver van binnen. De nieuwste verpakking van de koffie is mat zilver van buiten en glanzend zilver van binnen. De zwarte verpakkingen zullen bewaard worden om de oorbellen mee te maken, omdat de oorbellen het meest profiteren van het contrast tussen het zwarte en het zilver. De andere onderdelen zoals het sieradenzakje en de onderdelenzakjes zullen wel in de zilvere verpakking worden gemaakt. Uiteindelijk zullen alle onderdelen van de kits in de zilvere koffiezakverpakking worden gemaakt.

Tijdens de uitontwikkeling van de producten waren er nog twee extra materialen nodig. Uit de bestaande lijst met materialen en winkels hebben we gekozen voor de binnenfietsbanden van fietsemakerij "Smerig" en de lipjes van de blikjes van restaurant "Oeps".

Restaurant 'Oeps' gooit normaal 40 blikjes per week weg. Dit komt bij het huisafval en het materiaal gaat verloren.



Figuur 4.7: Lipje van Restaurant 'Oeps' (boven) en binnenband van Fietsemakerij Smerig (onder).

Producten

De sieradenlijn bestaat uit drie do-it-yourself sieradenkits.

Sieradenkit 1:

De oorbellenkit bestaat uit onderdelen voor drie paar oorbellen met een etiket met handleiding.

De kit bestaat uit een sieradenzakje, twee sieradenonderdelen zakjes, de onderdelen en het etiket. De onderdelen zijn onderdelen uit de koffiezakken en sieradenonderdelen. In het etiket staat het verhaal over het project, de inhoud van de kit, en een handleiding. De mensen die de kit gekocht hebben kunnen thuis aan de hand van de handleiding de oorbellen in elkaar zetten.



Figuur 4.8: Onderdelen van de sieradenkit.

In de kit zitten onderdelen voor drie oorbellen. Zoveel mogelijk onderdelen zijn gemaakt van de koffiezakken. Een onderdeel komt uit een binnenband van een fiets. De overige onderdelen zijn inkooponderdelen van de sieradengroothandel.

De koffiezakken worden zo efficiënt mogelijk gebruikt. Elk rondje dat uit de oorbellen vivid komt, wordt weer in de oorbellen light gebruikt. Er is bijna geen restmateriaal van de koffiezakken dat weggegooid wordt. Bij het maken van de sieraden wordt geen lijm gebruikt. Er wordt gebruik gemaakt van verwarming van het materiaal, waardoor het aan elkaar smelt.

In overleg met de eigenaresse van De Goede Doelen Winkel is de adviesprijs voor deze kit op €14.95 EUR gesteld.

Er is een ruime schatting gemaakt van de productiesnelheid. Als twee Hi5-ers 5 dagen per week bezig zijn met het maken van deze kit, kunnen er door beginners ongeveer 4 sieradenkits in elkaar worden gezet en 10 door gevorderden. Dat is tussen de 16 en 40 per maand.



Figuur 4.10: Complete oorbellenkit.



Figuur 4.9: De drie oorbellen: Oorbel 'Light', 'Dark' en 'Vivid'.

Sieradenkit 2:
Ketting 'Intense' sieradenkit

Deze kit bestaat ook uit een sieradenzakje, twee sieradenonderdelen zakjes, de onderdelen en het etiket. De onderdelen zijn onderdelen uit de koffiezakken en een mooi stuk zwart touw. De mensen die de kit gekocht hebben kunnen thuis aan de hand van de handleiding de ketting in elkaar zetten. In de kit zitten onderdelen voor de ketting. De 'kralen' in de kit zijn gemaakt van een dubbele laag koffiezak. Er zijn kralen van 1x1, 1.5x1.5 en 2x2cm. In het totaal meer dan 350 kralen. De kralen worden allemaal aan het touw geregen. De mensen kunnen zelf de maten van de kralen en de tussenafstanden bepalen. Zo krijgt iedereen een op maat gemaakte ketting.

Het touw wordt afgewerkt met een stukje blik uit een frisblikjes. Dit wordt om de uiteindes van het touw gebogen en dit is meteen een chique detail.

Ook voor deze kit geldt dat de adviesprijs voor deze kit rond €14.95 ligt.

Als twee Hi5-ers 5 dagen per week bezig zijn met het maken van deze kit, kunnen er door beginners ongeveer 4 sieradenkits in elkaar worden gezet en 9 door gevorderden. Dat is tussen de 16 en 36 per maand.

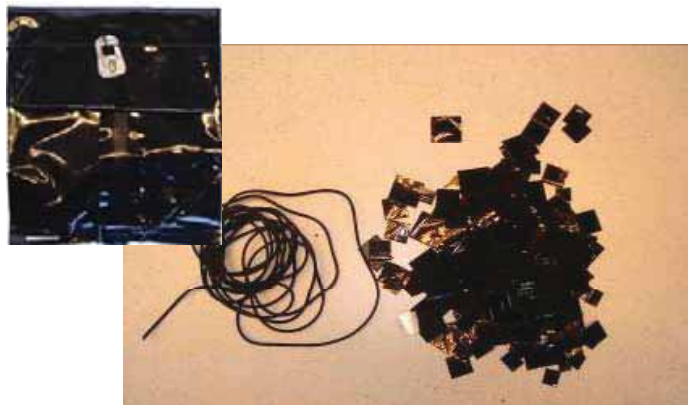
Sieradenkit 3:
Ketting Deep sieradenkit



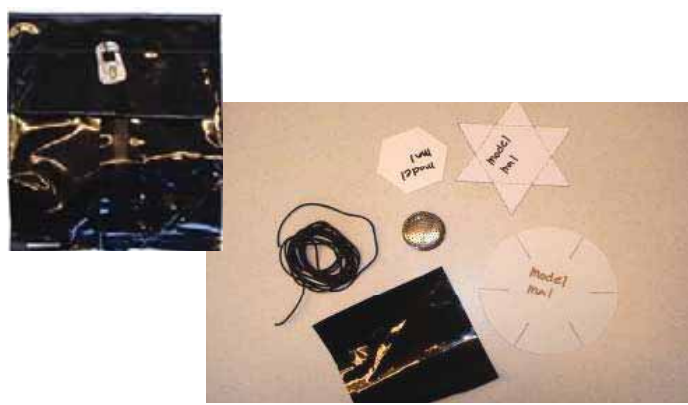
Figuur 4.11: Ketting 'Intense'.



Figuur 4.13: Ketting 'Deep'.



Figuur 4.12: Onderdelen Ketting 'Intense'.



Figuur 4.14: Onderdelen Ketting 'Deep'.

Deze kit bestaat ook uit een sieradenzakje, één sieradenonderdelen zakje, de onderdelen en het etiket. De onderdelen zijn onderdelen uit de koffiezakken, een mooi stuk zwart touw en een medallion.

Het touw wordt afgewerkt met een stukje blik uit een frisblikje. Dit wordt om de uiteindes van het touw gebogen en dit is meteen een chique detail.

De sieradenkits zijn bedoelt voor vrouwen. Het zal tienermeiden waarschijnlijk erg aanspreken, maar ook vrouwen in alle andere leeftijdsklasse die van 'knutselen' en sieraden houden, zullen het een leuk product vinden.

Ook voor deze kit geldt dat de adviesprijs voor deze kit rond €14.95 ligt.

Als twee Hi5-ers 5 dagen per week bezig zijn met het maken van deze kit, kunnen er door beginners ongeveer 8 sieradenkits in elkaar worden gezet en 19 door gevorderden. Dat is tussen de 32 en 76 per maand.

De tweede productlijn zijn de broodzakken. Dit is de desybling for your home lijn.

Broodzakken.

De broodzakken zijn bedoeld als 'broodmandje' bij een ontbijt, lunch of diner voor mensen die de tafel mooi aangekleed willen hebben. Ook als cadeautje zijn de broodzakjes geschikt.

De broodzakken zijn er in twee maten. Een kleine voor losse broodjes of stukjes stokbrood en een grote voor halve broden of veel losse broodjes. De broodzakken worden los of per set van een kleine en een grote verkocht. De broodzakken bestaan in twee varianten, met opdruk van de meelzak of met gaatjespatroon.

De broodzak is gemaakt van meelzakken en draad. De broodzakken kunnen aan het einde van hun leven bij het oudpapier.

In het etiket wat aan de broodzakken hangt, staat naast de uitleg over het project ook een recept om van oud brood weer een nieuwe gerechtje te maken. Op deze manier zullen mensen het etiket eerder bewaren.

De etiketten moeten gedrukt worden bij een eco-drukker.

In overleg met de eigenaresse van De Goede Doelen Winkel is de adviesprijs voor de kleine broodzak gesteld op ongeveer €2.50, de grote op €3.50 en samen als set op €5.50.

Als twee Hi5-ers 5 dagen per week bezig zijn met het maken van deze kit, kunnen er door beginners ongeveer 3 sets broodzakken in elkaar worden gezet (dat is één grote en één kleine broodzak) en 8 door gevorderden. Dat is tussen de 9 en 32 sets per maand.



Figuur 4.15: Broodzakken in twee varianten in twee maten.

4.3 Implementatie van de werkplaats

Tijdens het ontwerpproces is de inrichting van de werkplaats van start gegaan. De werkplaats moest worden ingericht, gereedschappen worden ingekocht, de kast worden ingericht, de werkplaatsbegeleiders moesten worden opgeleid en het productieproces moest worden bepaald.

De werkplaats

De werkplaats bevindt zich op de bovenverdieping van inloophuis Makom (Van Ostadestraat 153, Amsterdam). Vijf dagdelen (ochtenden van 09.00u-12.30u) zal deze ruimte voor de werkplaats gebruikt worden. 's Middags en 's avonds wordt deze ruimte op dit moment gebruikt voor de kunstsuite. Deze ruimte wordt ook gebruikt als vergaderruimte. De ruimte moet daarom zo ingericht zijn dat het voor alle activiteiten goed te gebruiken is.

De bezetting van de werkplaats zal als volgt zijn: 1 werkbegeleider en minimaal 6 het liefst 8 werkers.

Hi5-ers

Hi5-ers kunnen via de DWI en de trajectbegeleiders van DRG ingeschreven worden voor het project. De Hi5-ers ontvangen €5.- per dagdeel voor werken in dit project. Bezoekers van Makom die met de bakfiets materialen ophalen bij winkels ontvangen €2.50 per keer.

Werkplaatsbegeleiders

De werkplaats wordt geleid door twee werkplaatsbegeleiders, Peter Klumper en Hans Glebbeek. Peter werkt op maandag-, dinsdag-, woensdag- en donderdagochtenden en Hans werkt op donderdag- en vrijdagochtenden. Zij zijn speciaal voor dit project aangenomen en worden de aanspreekpunten van het project.

Belangrijke taken voor hen in de werkplaats zijn:

- Hi5-ers motiveren om actief mee te doen in dit project.
- Hi5-ers begeleiden in het maken van de desycle producten.
- Structuur en orde aanbrengen in de werkplaats.
- Organisatie aansturen van de logistiek rond de verpakkingsmaterialen, inkooponderdelen, benodigdheden voor de werkplaats en de producten.
- Contact en communicatie met de leveranciers en winkels (winkels die het verpakkingsmateriaal aanleveren en de winkels die de producten verkopen).
- Kwaliteitscontrole van de producten uitvoeren.

Opleiding werkplaatsbegeleiders

In januari zijn we begonnen met de opleiding van de werkplaatsbegeleiders. De werkplaatsbegeleiders hebben een hele belangrijke rol. Zij zullen ervoor moeten gaan zorgen dat de activiteiten in de werkplaats echt van start gaan en beginnen te lopen. Peter is nieuw aangenomen bij de DRG en moet dus ingewerkt worden in het project en in de stich-

ting. Hans werkt al jaren voor DRG. Hij heeft ook een aantal presentaties en workshops bijgewoond. Hij heeft daarom al wat kennis over de achtergrond van het project. Het is onze taak om hen zo goed mogelijk klaar te stomen voor de werkplaats. Dit hebben wij gedaan door een opleidingstraject voor hun op te zetten.

Het opleidingstraject:

Dagdeel 1: De introductie

Tijdens de introductie wordt alle achtergrond informatie van het project overgedragen op de werkplaatsbegeleiders. Ook wordt er gesproken over hun opleidingstraject en de verwachtingen.

Dagdeel 2: Maken van de broodzakken

Aan de hand van het handboek wordt in de werkplaats stap voor stap de broodzak in elkaar gezet. De specifieke vaardigheden die nodig zijn worden uitgelegd en aangeleerd. Ook worden er tips gegeven om zo goed mogelijk aan de kwaliteitseisen te voldoen.

Dagdeel 3: Maken van de eerste sieradenkit.

Aan de hand van het handboek wordt de sieradenkit in elkaar gezet. Net als bij de broodzak worden de werkplaatsbegeleiders uitgebreid begeleidt.

Dagdeel 4: Introductie bij de winkels die de materialen leveren.

De werkplaatsbegeleiders gaan het contact met de winkeliers van ons overnemen. Dit is belangrijk voor de logistiek rond de materialen. De werkplaatsbegeleiders worden aan de contactpersonen voorgesteld. Na dit persoonlijke contact is het contact in de toekomst makkelijker.

Dagdeel 5: Maken van de tweede sieradenkit. De tweede set sieradenkit wordt aangeleerd om te maken.

Dagdeel 6: Maken van de laatste sieradenkit + technische evaluatie.

De laatste sieradenkit en overige dingen worden gemaakt en afgerond. Hierna is er een technische analyse van de producten, het productieproces en de werkplaats. Punten waarop verbetering kan worden aangebracht worden besproken.

Dagdeel 7+8: Oefenen

Nu alle producten eenmaal zijn gemaakt, zullen de werkplaatsbegeleiders onder begeleiding oefenen met het maken van de producten. Zo wordt er gekeken of de werkplaatsbegeleiders het onder de knie hebben en kunnen zij nog vragen stellen.

Dagdeel 9: Algemene evaluatie

Als laatste is er een algemene evaluatie van het project met LSDP, de werkplaatsbegeleiders en Brigit.

Aan het einde van de opleiding moeten de werkplaatsbegeleiders alle kennis over het project, de achtergrond, de producten, de materialen, de technische details en de logistiek hebben. Zij moeten in staat zijn om de producten te controleren op kwaliteit. Zij moeten kunnen bepalen of een product geschikt is om in de winkels verkocht te worden.

De gereedschappen

Er moesten nieuwe gereedschappen worden aangeschaft. De belangrijkste inkopen zijn de naaimachine, de strijkijzers en standaard gereedschappen zoals linialen, scharen, tangen, holpijpen etc.

Een van de acht wandkasten zijn ingericht voor het descycle project. De planken zijn ingedeeld met gereedschappen, de materialen en de (onderdelen van) producten.

Hulpmiddelen

LSDP heeft een aantal hulpmiddelen ontwikkeld voor in de werkplaats. Er is een handboek gemaakt voor de werkplaatsbegeleiders. In het handboek staat een samenvatting van de achtergrond informatie over het project en het merk Streetdiamonds. Er zijn regels gemaakt voor de werkplaats. Alle gereedschappen zijn gefotografeerd en met naam in het handboek gezet. Alle materialen zijn ook gefotografeerd en met naam en plek van herkomst in het handboek gezet. Ook staat er van elk product een gedetailleerde handleiding met foto's van elke stap in het proces om het product te maken. Ook de schoonmaak- en verpakkingsprocedures staan erin. In de bijlagen van het handboek zijn o.a. de maten van de mallen en de plattegrond met advies over indeling van de werkplaats per productielijn te vinden.

Het is waarschijnlijk dat er aan het einde van een ochtend losse onderdelen nog niet zijn verwerkt tot complete producten. Deze lossen onderdelen moeten niet kwijtraken. Voor elk onderdeel is er een bakje gemaakt, zodat alles netjes opgeborgen kan worden.

In samenwerking met de werkplaatsbegeleiders zijn er nog wat extra hulpmiddelen gemaakt, om de Hi5-ers zo simpel mogelijk aan te kunnen leren hoe ze de producten in elkaar moeten zetten. Er is een overzichtsbord gemaakt waarop alle kits, de sieraden en de koffiezakken te zien zijn. Er zijn onderdelen borden gemaakt per kit. Op dit bord zie je het aantal en het soort onderdelen dat er in een kit moet. Voor de broodzak is er een bord gemaakt waarop stap voor stap te zien is, hoe de broodzak in elkaar moet worden gezet.

Productietechnieken en proces

Het is de bedoeling dat de werkplaatsbegeleiders naar mate hun ervaring toeneemt zelf verbeteringen in het proces aanbrengen die ze in de praktijk opgedaan hebben. Het handboek vertelt over de producten en kwaliteitseisen, geeft advies over de productiemethodes en is een belangrijk naslagwerk.

Organisatie van de werkplaats

Er is een set met regels opgesteld als ondersteuning voor de werkplaatsbegeleiders, zodat iedereen weet waar hij of zij aan toe is. Deze regels zijn te

vinden in het handboek.

Er is een advies gegeven over de indeling voor de werkplaats. Het zal altijd enigszins chaotisch in de werkplaats zijn met de Hi5-ers. Het is daarom belangrijk dat bepaalde activiteiten, zoals strijken en gaten maken met holpijpen altijd op dezelfde plek gebeuren. Zo zullen mensen minder hoeven te zoeken naar de gereedschappen. Dit geeft structuur aan het proces en zorgt voor een grotere efficiëntie.

Logistiek verpakkingsmateriaal

De werkplaatsbegeleiders hebben contact met de winkels die de verpakkingsmaterialen leveren. Een aantal maal per week gaat een bezoeker van Makom bij de Coffee Company en de bakker langs om de materialen op te halen. Deze bedrijven hebben een plastic box ontvangen waar ze de materialen netjes in kunnen bewaren. De materialen worden bij Makom meteen schoongemaakt en netjes opgevouwen en opgeborgen.

De geproduceerde producten zullen door een kwaliteitscontrole gaan. Als de producten worden goedgekeurd mogen ze in de winkel verkocht worden. De goedgekeurde producten zullen op een bepaalde plek in de kast bewaard worden en eens in de zoveel tijd door een bezoeker van Makom met de bakfiets naar de winkels worden gebracht.

Hygiëne

De hygiëne in de werkplaats is een belangrijk thema. De producten worden verkocht in winkels en moeten daarom aan de standaard hygiënische eisen voldoen. In het productieproces van producten is het schoonmaken van de verpakkingsmaterialen nadrukkelijk opgenomen. Ook zijn er persoonlijke hygiënische regels opgesteld voor de werkers. Ze moeten voor de begin van de ochtend hun handen schoonmaken. Er mag niet worden gerookt in de werkplaats om te voorkomen dat de rooklucht in de producten trekt.

Ergonomie

De werkplaats is ingericht met tafels van de kunstsuite. Dit zijn geen ideale tafels om aan te werken. De tafels zijn laag en dit werkt niet altijd even makkelijk. De tafels kunnen wel in hoogte versteld worden, maar er moet rekening worden gehouden met kunstsuite en de tafels kunnen niet elke dag versteld worden. In de bijlage van het handboek is een algemeen advies opgenomen over de juiste werkhouding in de werkplaats. De werkplaatsbegeleiders moeten in de loop van de tijd zien of er verbeteringen kunnen worden aangebracht in de werkplaats, afhankelijk van het budget dat beschikbaar is.

Communicatie

5. Communicatie project

In dit project is er veel communicatie geweest met veel verschillende partijen. De activiteiten (zoals presentaties) en materialen (zoals flyers) behorende bij de communicatie worden hier beschreven en getoond.

Ten eerste zijn er veel workshops geweest met bezoekers van inloophuizen. Deze worden beschreven in paragraaf 3.2 onderzoek naar Hi5-ers. Ook zijn er veel presentaties gegeven om allerlei partijen op de hoogte te stellen van het project en de voortgang.

Presentatie voor vrijwilligers en buurtbewoners van Makom

Dinsdag, 16 september 2008

De presentatie was bedoeld om de vrijwilligers en buurtbewoners van Makom te informeren en enthousiasmeren over het project.

We wilden draagvlak creëren voor het project, mensen erbij betrekken en kijken of ze een rol in het project willen spelen.

De volgende punten waren in de presentatie behandeld:

- De Latin Sisters en voorbeeldproducten
- Wat het project inhoudt
- Voor wie het project is
- Het afval en de logistiek
- Wat zij kunnen bijdragen aan het project

Aan het einde was er ruimte voor discussie, vragen en ideeën over het project en kwamen de volgende punten naar voren:

- Veel aanwezigen zeiden dat ze afval zouden verzamelen voor dit project.
- Iemand gaf aan alleen afval te verzamelen als ze een instructie erbij krijgt met wat te verzamelen en hoe schoon te maken.
- Een mogelijkheid is om een ton voor de deur van Makom te zetten waar buurtbewoners die voorbij komen hun gescheiden en schoongemaakte afval in kunnen gooien. Een risico is dat het als gewone vuilnisbak wordt gebruikt.
- Een andere mogelijkheid is om een vangnet neer te zetten waar mensen een bepaald type afval in kunnen gooien.
- Of bij winkels een doos neerzetten waar mensen hun afval kunnen inleveren.
- Het zou leuk zijn als er een speciale doos ontworpen wordt met daarop plaatjes van het type afval en de manier van schoonmaken. Deze wordt dan aan de buurtbewoners gegeven die afval verzamelen. Zo wordt het afval verzamelen leuk gemaakt.

- Er kunnen een aantal centrale inzamel punten in de buurt gemaakt worden waar buurtbewoners en winkeliers hun afval naartoe kunnen brengen als ze te veel in huis hebben.
- Ook kunnen er in de winkels die hun afval verzamelen folders hangen waar het project in staat uitgelegd.
- Het houtbedrijf in de Van Ostadestraat kan misschien interessant afval leveren.
- Een meneer heeft bij een fietsenmaker gewerkt en hij kon ons vertellen dat die winkel veel geld moest betalen om het afval op te laten halen.
- Het is een goed idee om mensen (buurtbewoners en winkeliers die afval verzamelen) met kerst een presentje te geven gemaakt van hun eigen afval.
- Het is belangrijk om regelmatig het afval op te halen en de regelmaat erin te houden.
- Het schoolplein zou een goede plek zijn om ouders (=buurtbewoners) aan te spreken of ze afval zouden willen verzamelen.
- Ook is de kerk een interessante plek waar veel buurtbewoners bij elkaar komen om het project te promoten.
- Heel belangrijk is duidelijkheid in wat te verzamelen en hoe. Mensen willen heel graag een folder waar deze informatie in staat. Een folder voor de promotie met informatie en voorbeelden.

Informatie over de organisatie van het project:

- Er is toestemming van de sociale dienst voor de werkplaats.
- Er gaat iemand aangenomen worden speciaal voor dit project.

Presentatie voor studenten uit USA

Woensdag 17 september 2008

Exchange studenten uit de USA zijn bij Makom om te horen over de situatie van dak- en thuislozen in Nederland en om te kijken of er mogelijkheden voor hun zijn om vrijwilligerswerk te doen.

De studenten zijn voor 4 à 6 maanden (tot een jaar) in Amsterdam. Ze komen uit verschillende delen in Amerika en doen studies in social sciences, zoals sociologie, geschiedenis, culturele antropologie en communicatie. Ze hebben 2 à 3 dagdelen per week les en de rest zijn ze vrij, dus ze willen graag vrijwilligerswerk doen in die tijd. Het thema voor hun verblijf in Nederland is politiek, daklozen, verslaafden, prostitutie etc. Daarom zijn de inloophuizen van De Regenboog Groep en het project desyycling DRG interessante

opties voor hen. Kathleen heeft een heel interessant verhaal gehouden over De Regenboog Groep en Makom. Wij hebben uitleg gegeven over LSDP, het desycle concept en het 'Desyding De Regenboog' project.

Desycle workshop op de Participatiemarkt bij Sporthallen Zuid

Donderdag 20 november 2008

Op 20 november 2008 organiseerde Stichting De Omslag voor de derde keer een interactieve informatiemarkt met het Amsterdamse aanbod op het gebied van dagactiviteiten, vrije tijd, scholing en arbeid. De Latin Sisters hebben een workshop gegeven als promotie voor het project 'Desycle De Regenboog'.

De workshops op de participatiemarkt waren in de vier tenten voor de sporthal waar de participatiemarkt plaatsvond. Binnen in de sporthal stonden heel veel stands van verschillende organisaties. Ook de Regenboog Groep had z'n standje. Daar lagen folders over ons project. De bezoekers van de markt konden vrij alle tenten in en uit lopen en kijken waar ze graag mee wilden doen. De eerste tafel hadden wij ingericht met producten van LSDP. De tafel zag er leuk uit en mensen reageerde heel enthousiast op.



Figuur 5.1: De LSDP promotietafel.

In de workshop konden mensen kiezen tussen twee desycle producten om te maken; de onderzetter van sapverpakkingen en een regenkap.

In deze workshop hebben een stuk of vijf enthousiaste bezoekers meegedaan. Zij werkten precies en vonden de bezigheden erg leuk. Bij een aantal was er meteen een groot besef dat de producten echt verkocht zouden worden, als ze in de werkplaats gemaakt zouden zijn. Daarom gingen ze nog nauwkeuriger werken.



Figuur 5.2: Deelnemster aan het werk.

Bezoek van winkeliers en oprichters van DRG Maandag 19 januari 2009

Opleidingsdag vijf is uitgekozen om de werkplaats open te stellen voor de winkeliers. De winkeliers die materialen leveren voor de werkplaats kunnen langskomen om te zien wat er met hun materialen gebeurt.

De eerste bezoeker was Theo. Hij is een vaste klant bij restaurant 'Oeps'. Zij leveren ons de blikjes, waarvan wij de lipjes gebruiken. Theo had via de eigenaar van 'Oeps' gehoord van het project en was nieuwsgierig wat we allemaal maken. Zelf beschildert hij oude blikjes en hij werkt met hout. Hij vond het een erg leuk project en hij wou zelf graag een keertje zijn werk komen laten zien. Erg leuk!

Na elfen kwam de bakkerij Jambe langs. De bakker Eric met de begeleiders en medewerkers kwamen allemaal kijken in de werkplaats. De hele werkplaats was meteen gezellig vol! Jambe werkt met geestelijk gehandicapten en iedereen was gezellig meegekomen.

Belinda en de werkplaatsbegeleiders geven uitleg over het project en beantwoorden vragen. Belinda hield een presentatie over wat er precies met de meelzakken van de bakkerij gebeurt in de werkplaats. We hebben uitgelegd hoe de broodzakken gemaakt worden. We vertellen dat de opdruk van de meelzak, de molen en letters, in de broodzak worden gebruikt.



Figuur 5.3: Bakkerij Jambe op bezoek.

Ook de sieraden hebben we laten zien. En vooral een aantal meiden waren erg enthousiast over de sieraden.



Figuur 5.4: Twee meiden bekijken enthousiast de sieraden.

Hans Wijnands de directeur van De Regenboog Groep komt samen met echtpaar Wouters, oprichters van De Regenboog Groep, kijken in de desyycling werkplaats. We vertellen graag over de desyycling werkplaats, wat het precies inhoudt en natuurlijk welke producten er gemaakt worden. Ze zijn best onder de indruk wat er allemaal gemaakt kan worden van verpakkingsmaterialen.



Figuur 5.5: Oprichters DRG bezoeken werkplaats.

In het volgende stuk worden de PR-materialen toegelicht.

PR-materiaal

De eerste folder die gemaakt is was voor de buurtbewoners en bedrijven in de wijk Oud-Zuid. Deze folder is een oproep voor de mensen om hun afval te verzamelen en aan dit project te schenken.



Figuur 5.6: Voor- en achterkant van folder 'Oproep om afval'.

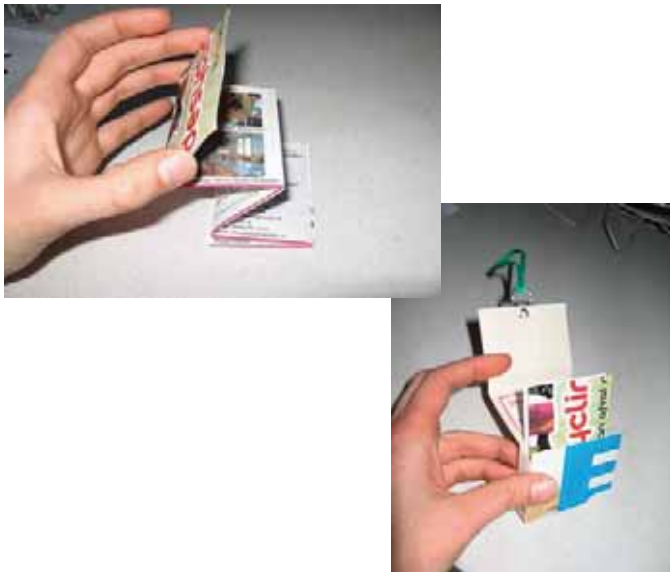
Voor de try-out workshops zijn er in Makom posters opgehangen ter aankondiging.



Figuur 5.7: Poster try-out workshops.

Businesscardholder + flyer

Als presentje en informatie werd er aan contactpersonen die bij het project betrokken moesten worden deze businesscard holder en de flyer erin gegeven.



Figuur 5.8: Flyer en businesscardhouder.

Flyer participatiemarkt

Op 20 november was er een participatiemarkt waarvoor er flyers zijn ontworpen als promotiemateriaal voor het project.

The flyer is titled 'desycling werkplaats in makom!' in red and black text. It features a red starburst graphic with the text 'Maak hippe design producten'. The main text describes the workshop, its location, and contact information. There are three images: a hand holding a pair of glasses, a colorful bag, and a hand holding a small yellow and black object. The footer includes logos for 'lsdp' and 'groei'.

Figuur 5.6: Flyer participatiemarkt.

Marketing materiaal

In paragraaf 4.1 is al één van de voorstellen voor het beeldmateriaal voor de marketing te zien. Dit is echter nog maar een eerste voorstel en zal verder worden uitgewerkt in het marketingplan.

Etiketten

Voor elk product is een etiket ontworpen. In het etiket is het verhaal te lezen over het project, DRG, LSDP, de werkplaats etc. Bij de etiketten voor sieradenkits zit een handleiding voor het maken van de sieraden. In de etiket voor de broodzakken zit een recept om van oud brood weer een heerlijke hapje te maken, helemaal naar het descycle concept.



Figuur 5.7: Foto van etiket.

De etiketten zullen nog verder worden ontwikkeld tijdens het opstellen van het marketingplan.

Logo

Voor het merk Streetdiamonds is een logo gemaakt. Ook dit logo zal in het marketingplan nog verder worden ontwikkeld.

Weblog

Tijdens het hele project is er een weblog bijgehouden met alle gebeurtenissen van het project. Het weblog is te lezen op:
<http://decyclingdereggenboog.blogspot.com>

Zie bijlage 13 voor al het communicatiemateriaal op ware grootte.

Evaluatie

6. Evaluatie van het project

6.1 Algemene evaluatie project

Vanaf het begin van het project is er een proces van kennismaking geweest met 'de wereld van DRG', de dakloze en de organisaties die zich voor hen in zetten. Vanaf het begin is het project enthousiast ontvangen door Makom, Kathleen de coördinator van Makom, de medewerkers en vrijwilligers van Makom, winkeliers en andere betrokkenen.

Tijdens het project is er heel veel communicatie geweest met al deze verschillende partijen. Vooral de introductie van het project en de uitleg over wat het precies inhield kostte veel tijd. We hebben veel presentaties gehouden om iedereen te informeren en enthousiasmeren. Het was belangrijk dat dit gebeurde om een breed draagvlak voor het project te creëren. Dit heeft meer tijd gekost dan we hadden ingepland. Naast contact met alle directe betrokken partijen is er ook contact geweest met veel winkeliers in de buurt, met scholen en organisaties in de buurt, met studenten uit Amerika, met mensen van de participatiemarkt etc.

LSDP heeft in dit project kennis gemaakt met stichting DRG en met de organisaties met wie de DRG verbonden is, zoals DWI. Door de complexiteit van de organisatie van de stichtingen en door de doelgroep waarmee deze stichtingen werken, gaan alle processen vrij traag. Hier zijn we een aantal keer tegenaan gelopen tijdens het project. Het was moeilijk om Hi5-ers te krijgen voor workshops en de werkplaatsbegeleiders waren nog niet aangenomen op het moment dat wij dat verwacht hadden. Hierdoor hebben we activiteiten moeten herplannen. Dit was een leerzame ervaring om in de toekomst meer rekening mee te houden in de opzet van het project.

De samenwerking met de winkels is goed verlopen. De algemene reactie van winkeliers is enthousiast en de meeste willen bijdragen aan zo'n project. Er moet niet veel tijd in gaan zitten van hun kant. Als wij zorgen voor het schoonmaken en regelmatig ophalen van de materialen, dan willen zij best hun materialen bewaren. Als er tijd in gaat zitten of als het te veel opbergruimte kost, dan willen de winkeliers niet meer mee doen.

De ontworpen design producten zijn door Makom, de werkplaatsbegeleiders, de Hi5-ers, de winkeliers, de eigenaresse van de GDW en de rest heel enthousiast ontvangen. De producten zijn een hele goede combinatie tussen; design, recycling, participatie, afwisselende productietechnieken en creativiteit geworden. Daarom zullen deze producten mensen veel plezier kunnen geven om in elkaar te zetten en de producten hebben een grote commerciële waarde.

De doelen van dit project waren in het kort:

- Aanbieden van zinvolle dagbesteding; Dit doel is zeker geslaagd. De bezigheden zijn creatief en gevarieerd.

- Onderhouden en verbeteren contacten met de wijk;

Er zijn goede relaties opgebouwd met de winkeliers die verpakkingsmaterialen leveren. Zij hebben kennis gemaakt met het project en de daklozen. Ze hebben de werkplaats bezocht en hebben nieuwe ervaringen opgedaan met de daklozen. De winkeliers zullen in hun enthousiasme met andere praten over het project.

Als de producten in de winkels komen te liggen en als er folders bij de verpakkingsmateriaal verzamelende winkeliers komt te liggen wordt het verhaal uitgedragen aan de buurtbewoners en zullen zij meer betrokken raken met inloophuis Makom en de activiteiten daar.

- Verbeteren van het beeld van de dak- en thuislozen;

Door de mooie design producten die in de werkplaats gemaakt worden en het verhaal dat via de labels en de marketing naar buiten zal worden gedragen verwachten wij zeker dat er een verandering op zal treden. Ook zal bij de materiaal verzamelende winkeliers al een ander beeld zijn ontstaan. Via promotie van hun kant, zal dit zich ook kunnen verspreiden.

- Media aandacht;

Het project loopt tot nu toe zo goed, dat we verwachten dat verschillende mediapartijen zoals kranten en magazines zeker interesse hebben om aandacht aan dit project te besteden.

- DRG krijgt meer bekendheid; Dit zal volgen uit het vorige doel. En dit wordt verder uitgewerkt in het marketing plan.

- Duurzame werkplaats die zelfstandig kan functioneren als sociale onderneming;

Er zijn verschillende voorwaarden geschept waardoor er goede kans is dat dit doel te verwezelijken zal zijn:

- De producten hebben een grote commerciële waarde.

- De implementatie van de werkplaats is goed geslaagd.

- De werkplaatsbegeleiders hebben een goede opleiding gekregen om van de werkplaats een goed draaiende stabiele werkplaats te gaan maken.

- Er zijn veel handige tools gemaakt voor in de werkplaats.

- Naast dat de werkplaats een hele leuke activiteit biedt, is er ook een mogelijkheid geschept om een kleine productie te gaan draaien.
- Er zijn grote ambities op het gebied van de marketing.

Al deze voorwaarden zorgen voor een grote kans van slagen.

6.2 Evaluatie werkplaats

Tijdens de testworkshops en de opleiding van de begeleiders hebben we de opzet van de werkplaats goed kunnen evalueren.

Een kritisch punt is de hygiëne in de werkplaats. Dit is opgesplitst in persoonlijke hygiëne en hygiëne van de materialen en de producten. De werkplaatsbegeleiders moeten ervoor zorgen dat iedereen z'n handen wast voor hij of zij aan het produceren begint. Ook mag er niet gerookt worden in de werkplaats. De producten zullen in de winkel verkocht worden en consumenten verwachten schone en hygiënische producten. Vooral bij de broodzakken is dat belangrijk. Het papier mag niet op de grond hebben geslingerd en er mogen geen muizen aan hebben zitten knabbelen. Daarom heeft de banker een plastic bak ontvangen om de meelzakken in te bewaren. De werkplaatsbegeleiders zijn verantwoordelijk voor de structuur en discipline die hiervoor wordt aangebracht in de werkplaats.

De opleiding en samenwerking met werkplaatsbegeleiders Hans en Peter is heel goed verlopen. Hans en Peter vullen elkaar goed aan qua vaardigheden. Peter is erg handig met apparaten en materialen. Hij is in zijn eigen leven al gewend om materialen en producten te hergebruiken. Hij was meteen in staat om zonder moeite met desycle oplossingen voor de werkplaats te komen. Hans heeft al 12 jaar ervaring met het werken met daklozen. Hij denkt na over hoe mensen te motiveren zijn en hoe je mensen plezier kan laten beleven in hun werk. Hans en Peter vullen elkaar uitstekend aan.

We hebben de werkplaatsbegeleiders veel tools gegeven om nu zelfstandig de werkplaats op volle toeren draaiende te krijgen.

Het gebruik van de handleiding blijkt een goed ondersteunend middel te zijn voor de begeleiders en de werkers in de werkplaats. Uit de test-workshop bleek al dat de werkers goed in staat waren om de korte handleiding te volgen. Nu in de praktijk wordt het handboek veelvuldig gebruikt.

De productietechnieken waarmee de producten in elkaar gezet worden zijn goed ontvangen. De meeste werkers die tot nu toe aan de producten hebben gewerkt, waren goed in staat om de technieken goed uit te voeren. Er is ook een grote variatie in technieken, sommige eisen veel geduld en andere nauwkeurigheid.

In een van de eerste try-out workshops hadden we gemerkt dat het lastig is voor de meeste mensen om sieraden te maken, omdat het veel nauwkeurigheid vereist. De sieradenlijn is een do-it-yourself lijn. De onderdelen worden door de werkers gemaakt en de consument zet de sieraden zelf thuis in elkaar. De werkers hoeven niet het hele precieze werk (het in elkaar zetten van de sieraden) te doen. Als er over een tijdje een aantal werkers heel vaardig zijn geworden in het produceren van de onderdelen, kan er worden gekeken of zij de sieraden zelf ook in elkaar kunnen zetten.

Samen met de werkplaatsbegeleiders hebben we een aantal dingen aangepast in het produceren van de producten. Het is de bedoeling dat de werkplaatsbegeleiders aan de hand van hun nieuwe ervaringen de technieken steeds meer aanpassen aan de situatie.

Er was discussie over plezier hebben in het werk versus productiedraaien. Het vermoeden bestond dat als mensen het gevoel hebben dat ze bezig zijn om productie te draaien als een soort van onderdeel aan een lopende band, dat mensen dan minder plezier zullen beleven aan het werk. De tegenargumenten zijn dat er veel verschillende onderdelen gemaakt moeten worden en dat de werkers hierin kunnen variëren. De werkplaatsbegeleiders zullen per Hi5-er moeten kijken wat hen motiveert en hoe ze hen het beste aan het werk kunnen zetten.

Team

7. Team en fondsen

7.1 Team

De Latin Sisters hebben in dit project met een team van zeven mensen gewerkt.

Caro Isern
Projectmanager

Gabriela Bustamante
Senior ontwerper

Fré Meijer
Plaatsvervangende projectmanager

Belinda de Groot
Junior projectmanager & junior ontwerper

Isabel Quiroga
Junior ontwerper

Steffie Ballemans
Junior ontwerper

Yu-Chun Chen
Sieradenontwerper

7.2 Fondsen

Stichting Start Foundation

Stichting Instituut GAK

CIEE

Bronnen

8. Bronnen en links

8.1 Bronnen

Algemene informatie

<http://www.deregenboog.org>
<http://www.hi5amsterdam.nl/>
<http://www.goededoelenwinkel.nl/>
<http://www.deomslag.nl/>
<http://markt020.nl/>
<http://www.cbs.nl/>
<http://www.oudzuid.amsterdam.nl/>

Informatie over leveranciers

<http://www.zuntrade.nl>
<http://www.ecodrukkers.nl>
<http://www.beertjerecreatief.nl>
<http://www.fnf.nl>
<http://www.deblauwedraad.nl>

Specifieke informatie voor onderzoek

<http://www.milieuennatuurcompendium.nl/indicatoren/nl0144-Afval-van-huishoudens-per-inwoner.html?i=1-4>

http://www.oudzuid.amsterdam.nl/wonen_en/woonomgeving/artikelen/informatie_over

<http://www.milieucentraal.nl/pagina?onderwerp=Afvalscheiding>

<http://www.os.amsterdam.nl/feitenencijfers/amsterdamincijfers2007/milieuenwater/onlineproducten/onderzoeksbank/>

<http://www.afvalscheidingswijzer.nl/>

<http://www.senternovem.nl/uitvoeringafvalbeheer/index.asp>

<http://www.sdu.nl/catalogus/9789012120128>

http://www.mst.dk/English/Publications/publications_in_english.htm?pageNo=3

http://en.wikipedia.org/wiki/Diamond_color

<http://www.ergotech.nl/NL/index.html>

<http://www.recybem.nl/organisaties>

<http://www.ostadestraat233.nl>

<http://www.verbindingsblok.nl>

8.2 Links

<http://www.lsdp.nl>
<http://www.desycling.com>
<http://desyclingderegenboog.blogspot.com>
<http://www.deregenboog.org>