

**STICHTING IN BALANS  
& PARTNERS**

**PROJECTPLAN**

**NAAM**

**HET (K)LEREN-  
PROJECT IN DE KOP**

Dit voorstel is, tenzij uitdrukkelijk anders vermeld, eigendom van de Stichting In Balans & ProjectAtelier.119.

Niets uit deze uitgave mag op welke wijze dan ook worden gebruikt zonder voorafgaande toestemming van de Stichting In Balans en ProjectAtelier.119.

Contactpersoon van Stichting In Balans: mw. Gerda Meuleman  
Contactpersoon van ProjectAtelier.119. Dhr. ing. H.A. Schotman

Hasselt, 29 augustus 2006

## INHOUDSOPGAVE

---

1. INLEIDING	1
1.1 Aanleiding	1
2. DOELEN, DOELGROEP & RESULTATEN	2
2.1 Milieudoelen	2
2.2 Maatschappelijk doel	2
2.3 Economisch doel	2
2.4 Communicatiedoel	2
2.5 Doelgroepen	2
2.6 Beoogde resultaten	3
3. RELATIE MET HET PAS	4
3.1 Duurzaam gebruik van grondstoffen	4
3.2 De 6 dimensies van duurzaamheid	4
3.3 Sociaal leren	4
4. FASERING EN ACTIVITEITEN	6
4.1 Voorbereidingsfase	6
4.1.1 Ontwikkelen communicatieplan & inzet instrumenten	6
4.1.2 Wervingsfase personeel	7
4.1.3 Inrichten bedrijfsruimtes	7
4.2 Het bedrijfsproces	7
4.2.1 Inzamelen van kleding	7
4.2.2 Sorteren	8
4.2.3 Herstellen	8
4.2.4 Marketing	8
4.2.5 Verkoop	9
4.3 Kennismanagement & communicatie	9
4.4 Evaluatie & Nazorg	10
5. ACTIVITEITENPLAN	11
5.1 Activiteitenplan	11
6. ORGANISATIE EN PLANNING	12
6.1 Organisatie	12
6.1.1 Partners	12
6.1.2 Projectteam	13
6.2 Planning 2007	13
7. BEGROTING	14
7.1 Kosten	14
7.2 Dekkingsplan	15

# 1. INLEIDING

---

## 1.1 Aanleiding

De afgelopen jaren bieden steeds meer mensen kleding voor hergebruik aan bij de plaatselijke kringloopbedrijven en charitatieve instellingen. De kleding is van verschillende kwaliteit en is in drie categorieën te onderscheiden:

- lompen,
- verouderd, maar goed te gebruiken in de 2<sup>e</sup> en 3<sup>e</sup> wereld;
- geschikt voor hergebruik in Nederland.

Probleem is dat de kleding door gebrek aan menskracht niet voldoende kan worden gesorteerd en/ of gerepareerd. Daardoor missen we de kans om de kleding te hergebruiken en wordt er onnodig veel als lompen verkocht (lage prijs) of naar de vuilstort gebracht. De kringloopbedrijven de Groene Cirkel met vestigingen in Hasselt, Rouveen en Vollenhove, de stichting Kringloop Zwolle met twee vestigingen en de kringloopbedrijven in Steenwijk, Ommen/ Dalfsen, hebben daarom afgesproken een project te starten om deze kleding op een adequate manier te verwerken.

Stichting In Balans is een sociaal werkgelegenheidsproject voor mensen die geen aansluiting vinden in het huidige (arbeids)systeem. Redenen daarvoor kunnen zijn leermoeilijkheden, gezondheidsproblemen, fysieke en of psychische problemen. Om te voorkomen dat zij uitgerangeerd raken in de maatschappij wordt mensen werkzaamheden aangeboden waardoor zij, met behoud van uitkering, weer zinvol mee kunnen draaien in de samenleving. In Balans is werkzaam in de Kop van Overijssel in de gemeentes Staphorst, Steenwijkerland en Zwartewaterland. Bovengenoemd kledingproject kan een goede werkplek zijn voor de deelnemers van In Balans. Dit samenwerkingsinitiatief is daarom opgenomen in het beleidsplan voor 2006 -2007.

Omdat het belangrijk is dat wij de negatieve effecten van ons handelen niet afwentelen op de derde wereld maar hen juist moeten ondersteunen, werkt ook de Wereldwinkel uit Hasselt aan dit project mee. Met hun kennis en inzet laten we derde wereldlanden zowel direct via kledingverstrekking als indirect via sponsoring van een concreet project meeprofiten van dit initiatief.

Wezoflex is een reïntegratiebedrijf dat in opdracht van gemeenten mensen ondersteunt bij hun terugkeer in het arbeidsproces. De doelgroep waar men zich op richt overlapt deels die van de Stichting In Balans. Wezoflex wil in dit project onderzoeken of het mogelijk is om binnen de eisen die bijvoorbeeld gemeenten aan hen stellen, een aantal cliënten bij het kledingproject te betrekken. In ieder geval wil Wezoflex in het kader van maatschappelijk verantwoord ondernemen een adviesrol op zich nemen.

## **2. DOELEN, DOELGROEP & RESULTATEN**

---

### **2.1 Milieudoelen**

Het door marketing, reclame & voorlichting verhogen van het aanbod van kleding door burgers aan de participerende kringloopbedrijven met 10%.

Het realiseren van een adequate kledingverwerking waarbij minimaal 50% van de aan de kringloopbedrijven aangeboden kleding in Nederland of de derde wereld kan worden hergebruikt.

### **2.2 Maatschappelijk doel**

Het bieden van zinvolle tijdsbesteding aan 15 mensen die geen of een zeer kleine kans hebben op de reguliere arbeidsmarkt.

Het daadwerkelijk ondersteunen/ sponsoren van een nader te kiezen project in de derde wereld ter waarde van € 5.000,-. Deze € 5.000 wordt volledig uit de kledingomzet gefinancierd. Hiervoor wordt een nader te bepalen percentage van de kledingomzet gereserveerd.

### **2.3 Economisch doel**

De kringloopwinkels krijgen de 2<sup>e</sup> handskleding gratis en proberen het daarna weer door te verkopen. Het proces bestaat uit inzamelen, sorteren, repareren/ herstellen, eventueel etaleren en verkopen. Het doel in dit project is om 10.000,- kledingstukken per jaar voor gemiddeld € 3,- = € 30.000,- te verkopen. In juni 2007 begint de verkoop. Dat betekent een opbrengst in 2007 van  $7/12 * € 30.000,- = € 17.500,-$ . De ervaring van het Kringloopcentrum Zwolle is dat dit een zeer reële schatting is. De huidige aanvoer is vele malen groter. De uitdaging is om via herstel & pimpen waarde aan het product toe te voegen en het te verkopen.

### **2.4 Communicatiedoel**

Ondersteunend aan de bovenstaande doelen is het feit dat we een naamsbekendheid van dit initiatief bij 30% van de burgers in Kop van Overijssel willen realiseren.

### **2.5 Doelgroepen**

Doelgroep 1: Alle burgers in de Kop van Overijssel waar het project wordt uitgevoerd; nader gesegmenteerd in 'huishoudens', 'jongeren' en 'basisscholen'. In het project zelf wordt gekeken of binnen de groep 'huishoudens' een segment met 'vernieuwers' is te vinden.

- Doelgroep 2: Mensen die door omstandigheden geen of een kleine kans hebben op de reguliere arbeidsmarkt.
- Doelgroep 3: Overijsselse professionals in de sociaal/ culturele sector, milieu- en kringloopbranche die beroepsmatig in het project zijn geïnteresseerd. Het merendeel van deze groep wordt gevormd door degenen die de laatste jaren actief betrokken zijn bij het programma Leren voort Duurzame ontwikkeling. De provincie heeft een NAW bestand van deze mensen. Deze groep bestaat voornamelijk uit ‘vernieuwers’ en ‘snelle oppakkers’.
- Doelgroep 4: De kringloopbranche. Het is belangrijk dat de projectresultaten onder de kringloopbedrijven worden verspreid. We doen dat via de Branchevereniging Kringloopbedrijven Nederland (BKN).
- Doelgroep 4: Een project in de derde wereld. Momenteel wordt de mogelijkheid onderzocht een project in Bolivia te ondersteunen. Wij maken tijdens de projectuitvoering een definitieve keuze.

## 2.6 Beoogde resultaten

Naast de onder 2.1 t/m 2.3 genoemde doelen beoogt het project ook het volgende resultaat:

- Een communicatieplan gericht op:
  - het verhogen van de inzamelbereidheid van de burger met 10%
  - Het realiseren van een naamsbekendheid van het project van 30%
- Een website voor de externe communicatie en ondersteuning van de campagne.
- Een marketingplan voor de verkoop van de kleding.
- Een (bedrijfs)plan dat kort aangeeft hoe het initiatief doorstart na afloop van het project en de resultaten worden geborgd in bedrijfsvoering van de partners.
- Een tweedaagse cursus voor de deelnemers aan het programma waarin aandacht wordt besteed aan het begrip hergebruik, kennis van textiel en stoffen en vaardigheden op het gebied van kledingherstel, etaleren etc.

### **3. RELATIE MET HET PAS**

---

#### **3.1 Duurzaam gebruik van grondstoffen**

Met dit project willen we bereiken dat kleding daadwerkelijk en adequaat wordt hergebruikt. Hiervoor hebben we in paragraaf 2.1 heldere milieudoelen geformuleerd. Het halen van die doelen is een eerste stap. We willen als samenwerkende partners een voorbeeld zijn en een signaal afgeven naar bijvoorbeeld andere kringloopbedrijven (kennismanagement). Wij willen laten zien dat onze aanpak werkt zodat het initiatief zich kan uitbreiden naar andere delen van Overijssel en Nederland. Als dat lukt lever je een substantiële bijdrage aan het duurzaam gebruik van grondstoffen.

#### **3.2 De 6 dimensies van duurzaamheid**

Het project formuleert doelstellingen op gebied van ecologie (2.1), Sociaal/cultureel (2.2) en economie (2.3). De doelstellingen zijn gericht op het heden, dat wil zeggen dat ze conform de afspraak met de subsidiegever binnen een jaar gerealiseerd moeten zijn. Het project wordt zo ingericht dat het initiatief ook in de toekomst zal voortbestaan en dat de resultaten in de bedrijfsvoering van de partners wordt geborgd. Het project probeert mensen bovendien bewust te maken van hun verantwoordelijkheid richting de 3<sup>e</sup> wereld. Dat kan via het kledingproject maar ook door een concreet project aldaar te sponsoren. Het hele project inclusief het productieproces moet van onder af worden opgebouwd. Dat lukt alleen als alle betrokkenen samen optrekken, meedenken, uitvoeren, besluiten en bovendien bereid zijn hun kennis en vaardigheden met anderen te delen. De partners hebben daarom eens per maand een overleg waarbij zowel de voortgang als de motivatie en inspiratie belangrijk zijn.

#### **3.3 Sociaal leren**

Dit project is uitvoeringsgericht. Partners, deelnemers en burgers doen mee aan het (productie) proces dat bestaat uit verzamelen, sorteren, herstellen, verkopen en kopen. Het biedt dus handelingsperspectief en mogelijkheden om mee te doen voor grote groepen mensen.

Deelnemers aan het productieproces (dagbesteding) krijgen een cursus aangeboden waarin aandacht wordt besteed aan hergebruik, materialenkennis en vaardigheden die nodig zijn voor hun werk. Zij doen hun werkzaamheden als team en volgen gezamenlijk de cursus waardoor zij in groepsverband van en met elkaar leren. Een aantal van hen zal daardoor op termijn kunnen reïntegreren in de maatschappij. Het is de bedoeling dat een aantal van hen zal optreden als ambassadeur van het project. Omdat het een kwetsbare groep mensen betreft dient hiermee integer te worden omgegaan.

De burgers in de Kop van Overijssel worden via een communicatiecampagne van het project op de hoogte gebracht. Hen wordt uitgelegd welke milieu- en maatschappelijke doelen in het project worden nagestreefd. Zij behoren te weten dat de kleding die zij inleveren bij de kringloopcentra hergebruikt en verkocht wordt en dat het 15 mensen de kans biedt op een zinvolle dagbesteding. Ook wordt uitgelegd dat een deel van de opbrengst naar een derde wereld project gaat. We proberen de resultaten van dat project dicht bij de mensen te brengen zodat zij een direct verband zien tussen hun handelen (kleding inleveren) en de resultaten in de 3<sup>e</sup> wereld. Omdat de communicatiecampagne samen met studenten wordt ontwikkeld is nu nog niet precies te zeggen welke instrumenten worden ingezet. De campagne richt zich op de in 2.4 genoemde doelgroepen. Voor de daarin genoemde 'jongeren', 'huishoudens' en 'basisscholen' worden uiteraard verschillende instrumenten ingezet.

De stichting Kringloop Zwolle wil graag leren of en hoe het afbuigen van de stroom kleding naar een tussenstation voor wassen, herstellen en pimpen, rendabel kan zijn of worden. In de voorbereidende gesprekken hebben we gemerkt dat er tussen In Balans en Wezoflex een verschil van opvatting is over de wijze van begeleiden van mensen die willen reïntegreren. Hier speelt het ideële aspect versus het commerciële aspect een rol. Het is natuurlijk interessant in het project te leren hoe zij in de praktijk kunnen samenwerken en/of elkaar versterken.

De projectpartners leren uiteraard door samen te werken in dit project. Omdat een ieder daarin een eigen taak heeft en elkaar niet per definitie wekelijks tegenkomt, is er tijdens de productduur minimaal 5 maal een projectteamoverleg. Daarin wordt niet alleen gesproken over de voortgang van het project maar vindt ook reflectie plaats op het leerproces van het projectteam, medewerkers, studenten etc. Hiervan wordt telkens een verslag gemaakt zodat leerervaringen ook in de toekomst gebruikt kunnen worden.

## 4. FASERING EN ACTIVITEITEN

---

De aanpak in dit project richt zich op het ontwikkelen en optimaliseren van het bedrijfsproces. Te weten: verzamelen, sorteren, repareren, verkopen. Onderstaand beschrijven we iedere stap als afzonderlijke fase en geven aan welke activiteiten worden ontplooid en wat het resultaat is.

Door het gehele productieproces met alle interessante facetten van dien, zelf uit te voeren kunnen we medewerkers geschikt en gevarieerd werk bieden waar zij voldoening uit kunnen halen. De een voelt zich prima als chauffeur van het kledingtransport en de ander is een 'kei' in kledingreparatie of het verkopen daarvan. Door het grote aanbod van diverse werkzaamheden in de kledingketen kan In Balans ook daadwerkelijk voorzien in de behoefte van cliënten ("wat kun je?" en "wat wil je?")

### 4.1 Voorbereidingsfase

#### 4.1.1 Ontwikkelen communicatieplan & inzet instrumenten

Voordat de inzameling kan beginnen staan er een aantal praktische activiteiten op stapel. Belangrijk is dat er voldoende aanvoer is van bruikbare 2<sup>e</sup> handskleding. De burgers in de Kop van Overijssel worden geïnformeerd over het project. Zij moeten iets weten over de duurzaamheidsaspecten van het initiatief (motivatie & bewustwording) en de manier waarop zij 2<sup>e</sup> handskleding kunnen aanleveren. Hiervoor wordt door studenten van Hogeschool Windesheim een communicatieplan gemaakt. In dat plan worden in ieder geval 'huishoudens', 'jongeren' en 'basisscholen' als aparte doelgroepen beschreven en benaderd. Afhankelijk van de aanbevelingen worden verschillende communicatie-instrumenten ingezet. De doelgroepen moet duidelijk worden dat met hun inzet (kleding inleveren) zowel milieudoelen als maatschappelijke doelen worden gediend. Zij moeten de relatie kunnen leggen met het derde wereld project. Hoewel de uitkomsten van het communicatieplan de definitieve inzet van instrumenten bepalen valt te denken aan informatie in huis- aan huis bladen, een campagne op scholen, het geven van interviews voor de krant, het gebruiken van de netwerken van de LvDO partners, mond op mond reclame etc.

Het resultaat van het communicatieplan moet zowel te meten zijn in termen van bekendheid met de inhoud van het project als verhoging van het kledingaanbod door burgers.

#### Resultaat:

- Communicatieplan;
- uitvoering communicatieplan & inzet communicatie-instrumenten;
- een verhoging van het kledingaanbod door burgers met 10%;
- bekendheid met het project onder de doelgroepen van 30 %

## **4.1.2 Wervingsfase personeel**

In deze fase begint ook de werving voor 15 medewerkers die bij In Balans de sorteerherstel en –verkoopactiviteiten gaan organiseren. Er worden contacten gelegd met instanties die normaal gesproken ook cliënten aanbrengen zoals de UWV, GGZ, AWBZ, WEZO, maatschappelijk werk en de sociale diensten van gemeenten. Met geïnteresseerden wordt een intakegesprek gehouden waarin de vragen “wat wil je?” en “wat kun je?” centraal staan.

Van de 15 mensen die aan het project gaan werken komen er 5 uit de bestaande organisatie en zijn er 10 nieuw. Er wordt ook een ervaren vrijwillige activiteitenbegeleider geworven die de groep intensief gaat begeleiden. Gelet op de doelgroep is dat absoluut noodzakelijk.

Resultaat:

- 15 medewerkers;
- 1 projectbegeleider;

## **4.1.3 Inrichten bedrijfsruimtes**

Bij In Balans worden ruimtes ingericht voor zowel het sorteren als het wassen en herstellen. Er worden materialen gekocht zoals wasmachines, strijkplanken, strijkbouten, naaimachines etc. Wellicht dat er op termijn een eigen winkel kan worden ingericht. Voorlopig gaan de kledingstukken voor verkoop terug naar de kringloopwinkels. Voor de inrichting van de kringloopwinkels gaan we op zoek naar 2<sup>e</sup> hands inventaris zoals toonbank, kassa, schappen, etalagepoppen etc. We maken zoveel mogelijk gebruik van de goederen en expertise die bij de kringloopwinkels zelf voorhanden is.

Resultaat:

- Een compleet ingerichte sorteer- en herstelruimte (atelier).

## **4.2 Het bedrijfsproces**

### **4.2.1 Inzamelen van kleding**

De kringloopbedrijven zamelen de kleding in. De juiste inzamelstructuur wordt bepaald door de bedrijven zelf. Zij hebben daarvoor nu een vaste werkwijze. Wellicht veranderd die voor dit project. Na inzameling wordt de kleding voor verdere verwerking naar In Balans in Hasselt gebracht. Er worden afspraken gemaakt over de wijze van transport en de aanlevertijden. Het is uiteraard niet de bedoeling dat er iedere dag een auto rijdt met een paar kledingstukken.

Resultaat:

- Inzameling van 20.000 kledingstukken/jaar
- Tevreden medewerkers

## 4.2.2 Sorteren

De groep medewerkers van In Balans die aan het project deelnemen noemen we Het Kledingteam. Zij krijgen de kleding binnen en sorteren het niet alleen in de categorieën (a) lompen, (b) verouderd doch geschikt voor derde wereld en (c) geschikt voor Nederland, maar ook in bijvoorbeeld winterkleding, zomerkleding, dames- en herenkleding etc.

### Resultaat:

- 10.000 kledingsstukken cat. lompen
- 5.000 kledingsstukken cat. verouderd, bruikbaar 3<sup>e</sup> wereld
- 5.000 kledingsstukken cat. bruikbaar in Nld.
- Tevreden medewerkers

## 4.2.3 Herstellen

In deze fase worden de kleren gewassen en hersteld. Het herstellen van de kleding is specialistisch werk. Niet iedereen heeft die vaardigheid. Om direct te kunnen starten houden we daar bij de werving van medewerkers rekening mee. Naast het herstellen proberen we extra toegevoegde waarde te creëren door daarvoor geschikte kleding voor jongeren te pimpen. We schakelen hiervoor jonge studenten in van de modevakschool. Zij werken samen met het Kledingteam. Ze adviseren en helpen mee met herstellen en pimpen. De werkzaamheden in deze fase zijn het beste te vergelijken met die van een professioneel naaiatelier.

### Resultaat:

- 10.000 klaar voor hergebruik, waarvan:
  - 10.000 gewassen
  - 1.000 gerepareerd
  - 500 gepimpt
- Tevreden medewerkers.

## 4.2.4 Marketing

Bij het bedrijfsproces hoort zeker ook de marketing. Studenten van de Hogeschool Windesheim ontwikkelen onder onze begeleiding een marketingplan. Daarin staat een beschrijving van de doelgroep, het product, de prijs de (verkoop)plaats, en de wijze waarop de promotie plaatsvindt. Uiteraard wordt het plan ook uitgevoerd. Het moet leiden tot een stroom van bezoekers aan de kledingafdeling van de kringloopwinkels en uiteindelijk tot de verkoop van 10.000 stuks kleding. Welke activiteiten worden uitgevoerd is afhankelijk van de uitkomst van het plan. Duidelijk is dat de insteek niet zoals bij de communicatiecampagne uit fase 4.1.1 gericht is op bewustwording van de burger maar op de verkoop van kleding. Kortom, er zal reclame gemaakt worden ! De marketing wordt door andere studenten verzorgt dan de communicatie omdat het een andere 'tak van sport is'. Het is interessant de ervaringen, verschillen en overeenkomsten

aan het eind van het project te evalueren. Het is de vraag of er medewerkers uit het Kledingteam zijn die hieraan kunnen en willen meewerken. Het kan wel een interessante aanvulling op andere activiteiten zijn. Waarom zou men niet een dagje kunnen ‘flyeren’ in de binnenstad van Zwolle.

Resultaat:

- Marketingplan & marketing- reclame activiteiten.
- Tevreden medewerkers.

#### **4.2.5 Verkoop**

De kleding gaat terug naar de kringloopwinkels om daar onder hun verantwoordelijkheid te worden verkocht. De kleding wordt mooi geëtaleerd. Ook hier kunnen jongen studenten hun vaardigheden van het etaleren delen met de medewerkers van het kledingteam. De verwachting is dat de ‘winkels’ begin juni worden geopend. Dat gebeurt feestelijk waarbij de medewerkers en de burgers centraal staan.

Resultaat:

- Winkelruimtes met etalage bij de kringloopbedrijven
- Feestelijke opening;
- Verkoop van 10.000 stuks kleding; opbrengst € 30.000,-/ jaar.
- Tevreden medewerkers.

#### **4.3 Kennismanagement & communicatie**

In zowel het communicatieplan (fase 4.1.1) als het marketingplan (4.2.4) zitten elementen van kennisoverdracht naar specifieke doelgroepen. De eerste richt zich op bewustwording en inzamelbereidheid, de tweede op informatie die het koopgedrag moet beïnvloeden. Verder willen we het kennismanagement inhoud geven door een speciaal bestaand ICT team van In Balans een website te laten maken waarop de tussentijdse resultaten worden bijgehouden. De website is speciaal bedoeld voor degenen die beroepsmatig bij dit soort projecten zijn betrokken en daar informatie over willen hebben. Hiermee is nadrukkelijk een nieuwe doelgroep geïntroduceerd.

In dit project participeert de kringloopwinkel Dalfsen/ Ommen. De directeur, de heer A. Bleumink is tevens bestuurslid van de Branchevereniging Kringloopbedrijven Nederland (BKN). Het is de bedoeling dat we de resultaten van het project via de BKN breed in Nederland verspreiden.

Resultaat:

- Een website met actuele projectinformatie.
- Alle ca 500 professionals die werken aan het programma LvDO en alle kringloopbedrijven in Nederland zijn op de hoogte gebracht van het bestaan van de website.
- De kringloopbranche is via de BKN van de projectresultaten op de hoogte gebracht.

#### **4.4 Evaluatie & Nazorg**

Iedereen hoopt dat dit geen eenmalig project is. Het is dan ook nadrukkelijk de bedoeling om de resultaten te borgen in de organisatie en door te starten zonder subsidie van het programma Leren voor Duurzame Ontwikkeling. We schrijven daarvoor een kort en bondig bedrijfsplan. Hierin wordt ook het marketingplan opgenomen. Onderzocht wordt of en wordt aandacht besteed aan Vanuit de ervaring en de resultaten van het eerste jaar wordt het bedrijfsproces waar nodig aangepast en worden aanbevelingen gedaan voor daadwerkelijke implementatie.

##### Resultaat:

- Bedrijfsplan voor de toekomst.
- Evaluatienota conform eisen subsidiegever.

## 5. ACTIVITEITENPLAN

### 5.1 Activiteitenplan

Fasering & activiteit	I.B. PL	I.B DN	Kring Loopbe drijven	Wereld- winkel	WEZO flex	Team student	PA.119	Mat. kosten
<b>Vorbereidingsfase</b>								
Communicatieplan & uitvoering <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ontwikkeling plan</li> <li>• Begeleiden studenten</li> <li>• Uitvoering</li> <li>• projectmanagement</li> </ul>	8					256 64	32	€ 1000,-
Werving deelnemers <ul style="list-style-type: none"> <li>• contact instanties; UWV etc</li> <li>• wervingsfolder maken</li> <li>• sollicitatiegesprekken</li> <li>• projectmanagement</li> </ul>	32 8 40 8							€ 250,-
Inrichten bedrijfsruimte <ul style="list-style-type: none"> <li>• schoonmaken/ schilderen</li> <li>• aanschaf materiaal</li> <li>• inrichten/</li> <li>• projectmanagement</li> </ul>	8	80 16 40						€9.000,-
<b>Het Bedrijfsproces</b>								
Inzamelen & vervoer			320					
Sorteren		2500						
Herstellen		4600						
marketingplan uitvoering marketingplan						256 64	32	€ 2.000,-
verkopen		3200						
Begeleiding & coaching van medewerkers	60							
<b>Kennismanagement</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• website bouwen</li> <li>• content/ actualisatie</li> <li>• bekendheid genereren</li> <li>• projectmanagement</li> </ul>	8	80 80 40					8	€ 2.000,- € 250,-
<b>Projectteamoverleg ( 6 maal 4 uur incl. voorbereiding))</b>	24		24	24	24		24	
<b>Evaluatie en nazorg</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• bedrijfsplan maken</li> <li>• begeleiding bedrijfsplan</li> <li>• evaluatie schrijven</li> <li>• projectmanagement</li> </ul>	16 8					256	32 8	
<b>Totaal uren</b>	220	10.636	344	24	24	896	136	€14.500,-

## 6. ORGANISATIE EN PLANNING

---

### 6.1 Organisatie

Aan het project nemen een groot aantal organisaties deel. Onderstaand in het kort een verdeling van de (project) taken en de wijze waarop wordt samengewerkt.

#### 6.1.1 Partners

##### **Stichting In Balans**

In Balans is de subsidie-aanvrager. De Stichting vervult het projectleiderschap en is verantwoordelijk voor de dagelijkse gang van zaken rondom het project en de communicatie met de subsidiegever. Die taak wordt uitgevoerd door Gerda Meuleman. In Balans is primair verantwoordelijk voor het Kledingteam. Zij werven de deelnemers en zorgen voor goede begeleiding. Dat laatste is vanwege de kwetsbaarheid van de doelgroep zeker noodzakelijk. Hiervoor wordt een vrijwilliger aangetrokken met voldoende kennis van zaken. Hij/ zij wordt gecoacht door de projectleider Gerda Meuleman.

##### **Kringloopbedrijven**

Aan het project nemen in ieder geval een aantal kringloopbedrijven deel, te weten de Groene Cirkel uit Hasselt, de Stichting Kringloop uit Zwolle, Kringloop Steenwijk, en Kringloop Ommen/Dalfsen. Zij dragen zorg voor de inzameling van de kleding en ontvangen daarvoor (een deel van) de gewassen en herstelde kleding weer terug om in hun winkels te verkopen. De inzameling wordt vanuit het project ondersteund met communicatieactiviteiten.

##### **Wereldwinkel**

De Wereldwinkel is ons 'geweten' als het gaat om de relatie van dit project met de derde wereld. Zij kiezen of initiëren zelf projecten in de derde wereld die wij vanuit ons project kunnen ondersteunen en zijn ook verantwoordelijk voor de contacten en de uitvoering. Ons gezamenlijke project kan bijvoorbeeld kleding leveren en zet zich bovendien in om het satellietproject met € 5.000,00 te sponsoren.

**Wezoflex** is een reïntegratiebedrijf dat in opdracht van gemeenten mensen ondersteunt bij hun terugkeer in het arbeidsproces. De doelgroep waar men zich op richt overlapt deels die van de Stichting In Balans. Wezoflex wil in dit project onderzoeken of het mogelijk is om binnen de eisen die bijvoorbeeld gemeenten aan hen stellen, een aantal cliënten bij het kledingproject te betrekken. In ieder geval wil Wezoflex in het kader van maatschappelijk verantwoord ondernemen een adviesrol op zich nemen.

## ProjectAtelier.119

Herman Schotman van ProjectAtelier.119 heeft een adviserende rol in het project als het gaat om de vormgeving van de sociale leerprocessen en een zingevende, creatieve en resultaatgerichte aanpak van het project. Hij begeleidt de studententeams bij het ontwikkelen en uitvoeren van respectievelijk het communicatieplan, het marketingplan en het bedrijfsplan. Hij is aanwezig bij de maandelijkse projectteamvergaderingen.

### 6.1.2 Projectteam

Alle bovenstaande organisaties hebben zitting in het projectteam. Zij overleggen eenmaal per maand over de voortgang van het project. De projectleider Gerda Meuleman is de voorzitter van het overleg. Herman Schotman maakt de agenda en de afsprakenlijst en zorgt voor tijdige verzending. Desgewenst kunnen ook de studenten aan het overleg deelnemen. Doel van het overleg is een efficiënte & projectmatige aanpak van het project.

De leden van het projectteam hebben een functie als het gaat om het delen van hun projectervaringen met anderen in het werkveld. Zij leveren een bijdrage aan de speciaal daarvoor ingerichte website en zijn bereid om af en toe een toelichting te geven voor geïnteresseerden.

## 6.2 Planning 2007

Fase/ maand	jan	febr	mrt	apr	mei	juni	juli	aug	sept	okt	nov	dec
<b>Vorbereidingsfase</b>												
○ Marketingplan & uitvoering												
○ Werving deelnemers												
○ Inrichten bedrijfsruimte												
<b>Bedrijfsproces</b>												
○ inzamelen												
○ sorteren												
○ herstellen												
○ verkopen												
<b>Evaluatie en nazorg</b>												
○ evaluatie/ nazorg												

## 7. BEGROTING

---

### 7.1 Kosten

Projectleider Stichting In Balans 220 uur * € 75,- =	€ 16.500,-	
Team studenten 896 uur * € 12,50 =	€ 11.200,-	
ProjectAtelier.119 136 uur * 113,05 (incl. 19% BTW) =	€ 15.370,-	
<u>Materiele kosten communicatie</u> (conform par. 5.1 act.plan)		
• Communicatie-instrumenten voorbereidingsfase	€ 1000,-	
• Werving deelnemers (folder)	€ 250,-	
• Uitvoering marketingplan (reclame etc)	€ 2000,-	
• Kennismanagement; website bouwen	€ 2000,-	
• Kennismanagement; bekendheid genereren	€ 250,-	
	-----	
	€ 48.570,-	€ 48.570,-
Inzet vrijwilligers 10.636 uur * € 10,-		€ 106.360,-
Inzet Kringloopwinkels 344 uur * 10,- =		€ 3.440,-
<u>Investeringen</u>		
• Gebruiksklaar maken pand	€ 2.000,-	
• Naai-wasmachines	€ 2.000,-	
• Strijkijzers- planken	€ 300,-	
• Kleine materialen	€ 300,-	
• Inrichting kantine	€ 200,-	
• Hulpmiddelen	€ 500,-	
• Onvoorzien	€ 200,-	
	-----	
	€ 5.500,-	€ 5.500,-

### Exploitatie

• Reiskosten vrijwilligers	€ 2.000,-
• Cursussen deelnemers	€ 1.500,-
• Overige kosten deelnemers	€ 1.000,-
• Verzekeringen	€ 500,-
• Huur pand	€ pm
• Energie, telefoon	€ 1.000,-
• Inkoop kleding	€ 1.000,-
	-----
	€ 7.000,-,

€ 7.000,-

Sponsoring 3<sup>e</sup> wereld project

€ 5.000,-

**Totale kosten**

-----  
**€ 175.870,-**

## **7.2 Dekkingsplan**

Totale projectkosten

€ 175.870,-

### Cofinanciering

Verkoop kleding

€ 17.500,-

In Balans vrijwilligers  
10.636 uur \* € 10,-

€ 106.360,-

Kringloopwinkels  
344 uur \* 10,- =

€ 3.440,-

Totale co financiering

-----  
€ 127.300,-

- € 127.300,-

**Gevraagde subsidie**

-----  
**€ 48.570,-**

### Opmerking

De investeringkosten (€ 5.500,-), de exploitatie (€ 7.000,-) en de sponsoring van het 3<sup>e</sup> wereldproject (€ 5.000,-) bedragen in totaal € 17.500,- . Deze kosten worden betaald uit de opbrengsten van de kledingverkoop (€ 17.500,-).