



# Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen

Wat hebben koffiekopjes en verstandelijk gehandicapten met elkaar gemeen?

**Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen is op diverse manieren in te vullen. Beautiful People is een organisatie die financiële ondersteuning geeft aan mensen met een verstandelijke of lichamelijke beperking. Dit gebeurt door middel van onder andere de verkoop van servies. Het servies is voorzien van kunst, gemaakt door verstandelijk gehandicapte kunstenaars.**

*Nathalie Hofman*

**D**e één zegt een tikkeltje arrogant, de ander vindt het een snelle en hippe gozer, maar gepassioneerd en enthousiast is Robbert Wolff zeker. Zij ogen stralen als hij over zijn geliefde bedrijf praat. Wolff is directeur van Caffè Poli Nederland en Beautiful People. 'Jaren geleden fietste ik door Rotterdam langs Galerie Atelier Herenplaats', vertelt Wolff. 'Ik kocht daar een schilderij. De kunstenaar bleek verstandelijk gehandicapt te zijn. In de volgende jaren heb ik nog twee keer iets aangekocht en toen ik naar een bijzondere formule voor het lanceren van Caffè Poli zocht, kwam het idee: servies met kunst, maar dan wel met hún kunst.'

'In de koffiejungle is het moeilijk om je te onderscheiden, maar dit concept is uniek, origineel en leuk. Zo is het balletje gaan rollen en werd het idee geboren.'

Op 12 januari van dit jaar is het concept van Wolff live gegaan en sindsdien loopt het storm. 'De Beautiful People Foundation is een internationale stichting die voortkomt uit de activiteiten van de gelijknamige organisatie. Het is voor haar van belang dat de bijdrage die vrijkomt voor de doelgroep, wordt beheerd door een stichting. Op deze manier houdt zij schone handen.'

## **Herkenning**

Het is begonnen met koffiekopjes, maar is inmiddels uitgebreid met koffiemachines, relatiegeschenken, bedrijfsuitjes met schilderworkshops en een koffiecorner in bedrijven. En de mogelijkheden om te groeien zijn nog ontelbaar. Wolff heeft nog veel ideeën in zijn hoofd, die in de toe-

komst kunnen worden uitgewerkt tot concrete producten en formules. De winst gaat niet in eigen zak, maar naar de fundatie. 'Op deze manier kunnen we bijdragen aan de financiële positie en mogelijkheden voor de verstandelijk gehandicapte kunstenaars', zegt Wolff. 'Eén op de tien mensen heeft iemand in zijn vrienden- of familiekring die verstandelijk of lichamelijke gehandicapt is, dus het staat heel dichtbij. Het is een groep die de aandacht en het geld goed kan gebruiken. Ik heb ouders van de kunstenaars ontmoet en het is voor hen niet altijd gemakkelijk om het geld voor opleiding, werk, stage en dagopvang bij elkaar te krijgen.'

Het is niet alleen een nobel en mooi doel, de kunst is ook gewoon erg mooi. Wolff: 'Het verschil tussen gewone mensen en verstandelijk gehandicapten vanuit emotie denken en doen. Zij worden niet gehinderd door de omgeving of de ratio en zijn zo in staat om heel creatief te zijn.'

De kunstenaars worden benaderd om wat ze wel kunnen en daar worden ze in gestimuleerd. 'Ik had anderhalf jaar geleden niet kunnen dromen dat dit concept zo snel had kunnen groeien', zegt Wolff. 'De kunstenaars zijn beroemd geworden, hebben met hun kunstwerken in de etalage van de Bijenkorf op de Coolsingel in Rotterdam gehangen en krijgen de mogelijkheid om zich steeds verder te ontwikkelen, dat is een mooie gedachte. Op dit moment wordt met zes kunstenaars gewerkt, maar voor 2007 krijgen meerdere ateliers de mogelijkheid om kunstenaars aan te leveren.' Buiten atelier de Herenplaats in Rotterdam worden voor de jaarlijks wisselende collectie in 2007 ook andere ateliers geselecteerd.

## **Ondergeschikt**

En wat kunnen wij als facilitaire organisatie nu met dit concept? Wolff: 'Ik zie meteen een link met facilitaire dienstverlening. Zijn wij immers niet een portaal voor kerstpakketten, inrichting van vergaderlocaties en directiekamers en zorgen wij niet voor de koffiemachines? Een vergaderzaal inrichten met dit servies en op tafel een boekje neerleggen met daarin het concept omschreven, spreekt aan. Een klant of gast zal zich meteen thuis voelen en het eerste gespreksonderwerp staat al op tafel. Binnen de facilitaire wereld beweegt de trendlijn zich op het gebied van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. Dit concept past heel erg goed in de MVO-gedachte, want het commerciële belang is ondergeschikt aan het goede doel. De prijs

voor een kopje en schotel bedraagt zes euro en dat is niet gering. Maar wanneer je de prijs koppelt aan de gedachte die erachter zit, dan wordt de prijs opeens ondergeschikt. De gedachte kan goed gecommuniceerd worden binnen een organisatie en vindt op hoog en laag niveau zeker aansluiting.

'Vanaf vijftien euro is het mogelijk om een kerstpakket samen te stellen en te laten bezorgen. Beautiful People beschikt over schitterende verpakkingsmaterialen, die bedrukt kunnen worden met een eigen boodschap of een bedrijfslogo. Elk pakketje wordt voorzien van een boekje met uitleg en het is mogelijk om daar een kerstboodschap van het eigen bedrijf aan toe te voegen.'

## **Ambassadeur**

Bedrijven kunnen zich aanmelden als ambassadeur en dragen op die manier uit dat het concept door hen wordt ondersteund. Het ambassadeurschap gaat in Nederland samen met de koffie van Caffè Poli Nederland en het Beautiful People-servies.

Als ambassadeur krijgt u dit servies tegen een speciale prijs. Daarnaast ontvangt u een doek en flyers met een persoonlijke boodschap aan klanten en relaties. Ook krijgt u de mogelijkheid om gebruik te maken van de ambassade, de Van Nelle-fabriek in Rotterdam. De voormalige directiekamer op de bovenste verdieping met uitzicht op Rotterdam is bijvoorbeeld te huur voor een borrel.

Ambassadeurs worden automatisch lid van de ambassadeursclub en krijgen hun eigen pagina op de Beautiful People-website, met een link naar hun eigen website. Ook is het mogelijk om beschilderde koffiemachines aan te schaffen. Het ambassadeurschap is in feite een wisselwerking. De ambassadeur promoot Beautiful People waar hij kan en omgekeerd toont Beautiful People de maatschappelijke betrokkenheid van de ambassadeur.

Een aantal grote organisaties werkt reeds mee. Door het enthousiasme van deze bedrijven breidt het netwerk zich snel uit. Niet alleen een koffiemachineleverancier wil zich graag aansluiten, maar ook een cateraar toont interesse. Omdat grote organisaties het initiatief omarmen, heeft het alle kans op succes. Voor nu en voor in de toekomst. Wilt u zich verder verdiepen in de mogelijkheden, dan kunt u schriftelijk of telefonisch contact opnemen. Of u richt zich tot de zeer uitgebreide website [www.beautifulpeople.nl](http://www.beautifulpeople.nl). Om meer te weten te komen over de kunstenaars, kunt u de website [www.herenplaats.nl](http://www.herenplaats.nl) bezoeken. 

