

AkzoNobel en SOS Kinderdorpen slaan handen ineen voor jeugdwerkgelegenheid

 www.sdgnederland.nl/nieuws/akzonobel-en-sos-kinderdorpen-slaan-handen-ineen-jeugdwerkgelegenheid/

Wilma Roozenboom

Sinds maart werken AkzoNobel en SOS Kinderdorpen Internationaal samen aan het creëren van banen voor jongeren wereldwijd. Wat houdt deze samenwerking in? Wat zijn de ambities en wat voorzien de partners als mogelijke knelpunten? Wilma Roozenboom sprak met Margot Ende van den Broek van SOS Kinderdorpen en David Menko van AkzoNobel.

“Voor onze doelgroep, kinderen zonder een veilig thuis, is het niet eenvoudig om werk te vinden”, vertelt Margot Ende van den Broek, algemeen directeur van [SOS Kinderdorpen](#) in Nederland. “Deze kinderen hebben geen vader of moeder die ze elke ochtend naar het werk zien gaan. Zij missen dat voorbeeld. Simpelweg het contact met een volwassene die een baan heeft, is waardevol. Zo komen de jongeren in aanraking met het leven en de levenslessen die je normaal gesproken van je ouders meekrijgt. Ze leren hoe je sollicitatiebrieven schrijft, hoe het werkt in een bedrijf en hoe belangrijk het is om een vak te leren.”



Margot Ende van den Broek

Zo kom je als jongere aan een baan

Het tegengaan van jeugdwerkloosheid is een van de strategische doelen van SOS Kinderdorpen wereldwijd, naast de opvang van kinderen zonder ouderlijke zorg en het ondersteunen van kwetsbare families om te voorkomen dat kinderen er alleen voor komen te staan. Aan de totstandkoming van deze strategie werkten jongeren uit 26 landen mee. Ende – Van den Broek: “Bij de bestrijding van jeugdwerkloosheid ligt samenwerking met bedrijven voor de hand. Bedrijven hebben de banen. En medewerkers van die bedrijven weten bovendien hoe je aan een baan komt, want zij hebben er ooit een bemachtigd. Die kunnen ‘onze’ jongeren dus wat leren.”

De ‘mannen-met-het-kwastje’

Dergelijke kennisdeling zit ook in de samenwerking tussen SOS Kinderdorpen en AkzoNobel, maar het gaat verder dan dat. De multinational gaat SOS Kinderdorpen ondersteunen door onder andere professionele schilderstrainingen op te zetten voor kwetsbare jongeren. Als onderdeel van hun opleiding renoveren de jonge schilders samen met medewerkers van AkzoNobel ‘hun’ SOS kinderdorp of eigen woonomgeving.

“Die schilderstrainingen geven we vanuit onze eigen professionele AkzoNobel Academies”, vertelt David Menko, hoofd Marketing van Decorative Paints bij [AkzoNobel](#). “Zo’n opleiding helpt de jongeren om hun vak beter uit te voeren. Maar het gaat ook over trots. De leerlingen zeggen zelf dat schilders worden gezien als de mannen-met-het-kwastje en niets meer dan dat. Maar als deze jongeren een vak leren, als ze het schildersvak ook echt als vak gaan zien, verhoogt dit hun eigenwaarde. Ze leren bijvoorbeeld een bedrijf te runnen en facturen te sturen. Ze krijgen beroepstrots.”

Met samenwerking bereik je meer

Ende-van den Broek: “Wij kunnen dit niet alleen. Om te zorgen dat de jongeren in onze doelgroep een baan kunnen krijgen, hebben we echt bedrijven als AkzoNobel nodig. In dat opzicht is SOS Kinderdorpen de laatste jaren veranderd. Wij zien onze rol nu anders. Wij vragen bedrijven niet meer enkel en alleen om bij te dragen aan ons werk, maar we geven ons werk samen vorm. Dat moet ook wel. Met de programma’s van SOS Kinderdorpen bereiken we wereldwijd 400.000 kinderen, waarvan 80.000 in de kinderdorpen en 320.000 in familieversterkende programma’s. Die kinderen kennen we allemaal bij naam. Voor ieder van hen hebben we een persoonlijk ontwikkelplan. We laten hen pas los als het echt kan. Maar er zijn zoveel meer kinderen en jongeren die een stabiele en veilige familiebasis missen. Wereldwijd zijn er 220 miljoen kinderen die geen veilige thuisbasis hebben; dat is 1 op de 10 kinderen. Voor een grotere impact moeten we samenwerken met anderen, met bedrijven en overheden. En moeten we op andere manieren denken. Via samenwerking met bedrijven als AkzoNobel kunnen wij meer bereiken.”

Let’s colour geeft steden kleur

Ook AkzoNobel heeft goede redenen voor samenwerking met SOS Kinderdorpen en andere maatschappelijke partners. “Vanuit in partnerschappen altijd de balans tussen de maatschappij, de medewerkers en het merk. In die driehoek moet het passen”, vertelt Menko. Dit betekent dat samenwerking met maatschappelijke organisaties betrokken medewerkers moet opleveren, bijdragen aan een goed imago en de verfv verkoop op de langere termijn laten stijgen. “Via onze *Let’s Colour* projecten zetten wij ons in om steden en omgevingen levendiger te maken, te beschermen en kleur te geven. Vorig jaar heeft AkzoNobel 99 *Let’s Colour*-projecten uitgevoerd. Met die 99 projecten hebben we 1600 mensen getraind, 4 miljoen mensen bereikt en 80.000 liter verf gebruikt”, aldus Menko.

Met SOS Kinderdorpen kan dat meer en sneller. Menko: “SOS Kinderdorpen biedt toegang tot de doelgroep, schaalgrootte en daardoor snelheid.” De ambities zijn er dan ook naar: dit jaar draait het samenwerkingsverband pilots in vier landen (Brazilië, Indonesië, Zuid-Afrika en Nigeria), in 2018 volgt uitbreiding naar tien landen en het jaar erop naar twintig. Zou moeten lukken volgens Ende-van den Broek: “AkzoNobel en SOS Kinderdorpen werken allebei volgens het idee *think global act local*. We werken wereldwijd en zitten in veel dezelfde landen.”

‘Skin in the Game’

Menko: “Het doorvoeren en opschalen zou nu relatief makkelijk moeten zijn. Maar, dat gezegd hebbende: het gaat om de balans tussen schaal en lokaal, tussen snelheid en geduld. Er kan nog zoveel energie en passie op mondiaal niveau zijn, maar lokaal moet het waargemaakt worden. Dus we moeten land voor land denken, het besluit om mee te doen aan het lokale management laten. De lokale vestigingen moeten *skin in the game* hebben, ze moeten er met eigen geld in zitten, anders is er altijd het risico dat ze ja zeggen maar nee doen. Dus hebben we vastgelegd dat er vanuit het hoofdkantoor in Amsterdam een bepaald bedrag wordt geïnvesteerd in SOS Kinderdorpen, aangevuld met investeringen van lokale vestigingen van AkzoNobel in de landen waar de samenwerking loopt.”

Maar het is zeker niet allemaal commercieel doorrekenen, opschalen en uitbetalen wat de klok slaat. Menko: “Ik heb



David Menko

zelf het geluk gehad om aanwezig te zijn bij een community event bij een van de SOS kinderdorpen, met een grote groep collega's. Nou, ik heb nog nooit zoveel volwassen kerels en vrouwen zien huilen." Ende-van den Broek grinnikt: "Nu klinkt het weer zo *cheesy*. Maar inderdaad, dat is wel wat er gebeurt."

| "Ik heb nog nooit zoveel volwassen kerels en vrouwen zien huilen"

Samenwerken met bedrijven is niet overal heel normaal

Ende-van den Broek: "Onze samenwerking zal vast niet altijd overal even gladjes verlopen. In Nederland is samenwerken met bedrijven inmiddels heel normaal, maar dat geldt niet voor alle landen. In een land als Tsjaad ligt dat bijvoorbeeld heel anders. Het heeft ook te maken met de fase waarin een programma van SOS Kinderdorpen zit. Is een SOS kinderdorp net begonnen, dan zitten er veel jongeren onder de 12 jaar en is het tegengaan van jeugdwerkloosheid nog geen prioriteit. Als in een bepaald land veel SOS Kinderdorpen toe zijn aan renovatie, en er dus behoefte is aan zowel schilders als verf – dan is de samenwerking met AkzoNobel weer wel heel relevant. Juist de combinatie van globaal en lokaal maakt het sterk: lokale inrichting van het programma, zoals het in die context het beste past, maar binnen het wereldwijd vastgestelde raamwerk."

Tennisveldjes en hardloopbanen

Menko vertelt over een van de *Let's Colour* projecten in Brazilië: *Unexpected Courts*. Medewerkers van AkzoNobel verfden unieke sportvelden op asfalt, transformeerden stoepen in de *favelas* met een likje verf tot hardloopbanen, schilderden mini- tennisbanen op straat. Doel: door middel van verf en kleur kinderen en hun hele gemeenschappen op een positieve manier met elkaar in contact brengen. Ende-van den Broek: "Wat leuk! Een supermooie manier om de energie op gang te brengen in een nieuw land. Daar kunnen we vast ook iets mee in onze samenwerking. Dat is het hè. Als de basis er is, als je elkaar eenmaal gevonden hebt, kun je van alles bedenken. We gaan veel mooie dingen doen samen. Hoe dat er precies uitziet, dat is nog niet uitgetekend. Maar dat we het gaan doen en dat we impact gaan hebben, dat is voor alle partijen duidelijk. We willen uiteindelijk hetzelfde, dus het komt wel goed."