



● de wereld van ●

# Jansje



*Het is een pronkstukje in de Grote Houtstraat: de cadeauwinkel annex galerie 'De wereld van Jansje'. De winkel bewijst dat commercie in dienst kan staan van het sociaal engagement en andersom. Aan tafel met dominee Herman Heijn en zakenvrouw Claudia Stefanutto.*

### De wereld van Jansje?

Achter een zware oude poort en een trendy winkelpui bevindt zich De wereld van Jansje, de naam die staat voor een hippe cadeauwinkel, een moderne kunstgalerie en ondersteunende horeca. Cultuur, handel en een koffiemaaltijd onder één dak. Klinkt allemaal al erg leuk, maar er is méér dat Jansje uniek en bijzonder maakt.

Wie Jansje betreedt, zal vrij snel ontdekken dat achter elk kunstobject en elk cadeauartikel een verhaal schuil gaat. Sterker, dat u door de aankoop van een presentje niet alleen de ontvanger, maar ook vele anderen elders in de wereld blij maakt. Bovendien floreert, sinds de opening van Jansje in april 2008, een groep heel bijzondere mensen. Een groot deel van de personele bezetting bestaat uit medeburgers met een verstandelijke beperking. Bewoners van De Hartekampgroep pakken uw inkopen in en serveren de lunch. Juist hun ontwapenende benadering creëert een open en gezellige sfeer. Het concept van De wereld van Jansje werd bedacht door de doopsgezinde kerkgemeente en stichting De Hartekampgroep. Dominee Herman Heijn noemt zich bescheiden één van de grondleggers. Een zinsnede die zijn collegae doen grijnzen; zij zien Herman Heijn als dé inspirator. Hij legt uit hoe een kerkgemeente tot dit commerciële initiatief kwam.

**“Sinds jaar en dag** geeft onze doopsgezinde gemeente hulp aan minder bevoorrechte mensen in onze samenleving. Zo hebben we in Nederland bijvoorbeeld weeshuizen, ziekenhuizen en hofjes voor bejaarden gerealiseerd. Gaandeweg de twintigste eeuw is deze vorm van sociale hulp

in Nederland overbodig geworden. Er kwamen betere maatschappelijke voorzieningen, gezondheidszorg en onderwijs verbeteren; kortom de levensstandaard werd hoger: iedereen kreeg een vorm van inkomen, leefde gezonder en langer. De weeshuizen raakten leeg. De praktische hulp vanuit onze kerk voor onderwijs en zorg richt zich momenteel voornamelijk op de derde wereld. Prachtig natuurlijk, maar daarmee verloor de kerk een stuk dialoog met de directe eigen samenleving. Terwijl het juist voor een kerkelijke gemeente heel belangrijk is te weten wat er bij de mensen leeft.”

**“Wat beweegt hen,** waar zijn ze mee bezig en waartoe zijn ze in staat? We zochten naar een combinatie waarbij onze doopsgezinde kerk het dagelijkse contact met onze samenleving verstevigt en waarbij initiatieven ontplooid worden die de situatie van mensen in de derde wereld verbetert. Juist tijdens deze discussie vroeg de stichting De Hartekampgroep ons om eens na te denken of hun cliënten met een verstandelijke beperking een koffieservice konden gaan verzorgen. Bijvoorbeeld op dagen van muziekopnames of vieringen in onze kerk. Samen brainstormden we over een stuk totaal- sociaal- engagement in Haarlem en kwamen tot een concept op twee poten. Enerzijds biedt het verstandelijk gehandicapten de kans een arbeidsbestaan op te bouwen en daarmee een rol in de samenleving. Anderzijds biedt de verkoop van onze producten mensen in de derde wereld een beter bestaan. Door te letten op duurzame materialen- alles is ecologisch of gerecycled- en door samenwerking met- vaak jonge- ontwerpers, is de cirkel van het sociaal engagement rond.”

**Een cadeautje kopen** en de wereld verbeteren. Wie bij de wereld van Jansje een exclusief aardigheidje koopt, vindt bij elk winkelschap achtergrondinformatie over het ontstaan van het product. Aan elk artikel kleef een maatschappelijk verantwoord doel, plus een verhaal. Veelal zijn de artikelen geproduceerd door lokale bedrijfjes uit de derde wereld. Hollandse ontwerpers bedenken hiervoor goed verkoopbare ideeën. Neem de stoelen uit onze lunchroom; ontworpen door Piet Hein Eek, gemaakt



door lichamelijk gehandicapte timmerlieden uit het Zambiaanse Solwezi. En hier te bestellen. In Zambia worden lichamelijk gehandicapten verstoet door hun gemeenschap. Door dit stoelenproject bouwen gehandicapte timmerlui een zelfstandig en volwaardig bestaan op. Zeker omdat de stoelen ook in Zambia zelf te koop zijn, krijgen de timmerlui de status van gelijkwaardige burgers. Soortgelijke verhalen schuilen achter het kleinste geschenk. De verkoop van glaswerk, een sieraad of een tas, vergroot de kansen van een ander. Claudia Stefanutto is als bedrijfsleidster bij Jansje verantwoordelijk voor de inrichting van het pand en voor de inkoop. Dagelijks heeft zij contact met ontwerpers en stichtingen binnen ontwikkelings samenwerking:

“Ontwerpers met wie wij samenwerken, komen veelal van de Design Academie of Rietveld Academie. Celia Sluyter is zo'n Hollandse ontwerpster bij wie ik voor Jansje inkoop. Zij bedacht voor een achttiental vrouwenbedrijven in Nepal verschillende producten. Voor ons maken ze vaasjes van vilt, kaarsenslingertjes en talloze andere hippe, echt te gekke producten. De impact is enorm. Onze eerste order betekent voor vijfenveertig vrouwen één jaar werk. Vijfenveertig moeders kunnen hun kinderen een jaar lang gezond voeden en de doktersrekeningen betalen. We zien hoe ouders in ontwikkelingsgebieden een schoolje met een leerkracht organiseren en hun kinderen onderwijs laten geven! Het is echt ongelooflijk wat we met de omzet van één schap vanuit één winkel kunnen bewerkstelligen.”

**Dat is wat** Jansje mooi maakt! Daar waar arbeid en productie goedkoper zijn, voegen Nederlands design- en vakkennis net datgene aan het product toe, wat het uiteindelijke resultaat verkoopbaar en succesvol maakt. Dutch Design fungeert voor ontwikkelingslanden als het bruggetje naar de Hollandse markt. Zo leerden Latijns-Amerikaanse jongeren dat zij van het afvalpapier dat ze op de vuilnisbelt verzamelen beter geen kopieerpapier kunnen maken. Een origineel lifestyle-artikel - zoals een papieren kussentje- verkoopt veel beter in het Westen.

Voor de betrokken ontwerpers is het mooi, dat zij zich door deelname aan dit project



goed op de (inter)nationale kaart kunnen zetten. Een kruisbestuiving die werkt door een hoog kwaliteitsniveau. En kwaliteit streeft Claudia Stefanutto na in het totaalconcept. Claudia: “Wil de nuchtere Hollander de wereld van Jansje serieus nemen, dan moeten we topkwaliteit bieden. Wij streven ernaar in Haarlem het lekkerste kopje koffie, de beste appeltaart en de smakelijkste pompoensoep te serveren. De winkel houden we aantrekkelijk door de schappen wekelijks met nieuwe artikelen aan te vullen. Voor exposities in de galerie werken we samen met gerenommeerde kunstkringen, met musea zoals het Teyler en het FOAM (fotografiemuseum in Amsterdam). Waarbij we in het oog houden dat ook jonge geëngageerde kunstenaars kansen krijgen.”

## Aan elk artikel kleeft een maatschappelijk verantwoord doel plus een verhaal

**Jansje! wie was** ze. Jansje van Goor was een doopsgezind meisje met een verstandelijke beperking. Wat zou ze trots zijn op de nieuwe generatie Hartekampbewoners, die zich, dag in dag uit, beijeren om elke bezoeker aan Jansje te verwennen. IJverig knutselen ze de versieringen van de cadeauverpakkingen. Serieus nemen ze de bestelling van citroentaart en warme chocolademelk op. Hun houding straalt toewijding uit. Het werkplezier is van hun gezichten af te lezen. Ze genieten van hun rol, bloeien op door het samenwerken met collega's en hebben onderling pret.

**Op de vraag:** “Hoe is het om hier te werken,” knikt Laurens, een medewerker met het syndroom van Down, blij zijn hoofd. Hij wijst naar de fooienpot en zegt: “Fijn, de mensen doen geld in ons varken. Daardoor hebben we zaterdag feest. Ik ga karaoke zingen, ik doe Marco Borsato!” Herman Heijn benadrukt hoezeer deze mensen ontluiken, maar vooral ook inspireren: “Ik zie ze groeien, ze worden zelfverzekerder, gaan rechter lopen, gaan steeds makkelijker in gesprek met de buitenwereld. Ik leer van hun eenvoudige eerlijkheid en vrolijke karakter. Voor hen is de dag een feest, werk een feest, contact met de medemens een feest. Ze creëren een ontspannen sfeer, waarin mensen makkelijker met elkaar in gesprek raken. In de lunchroom praten de klanten met elkaar over individuele vaak mooie ontwikkelingsprojecten. Ondernemers en ontwerpers met wie wij werken, ervaren dat verstandelijk gehandicapten tot veel in staat zijn en veel bijdragen tot een positieve werksfeer. Dat maakt dat er meer werkprojecten voor hen worden uitgedacht.”

**De wereld van** Jansje stimuleert nieuwe plannen. Verbaasden de initiatiefnemers zich bij de bouw van Jansje over de verscholen schoonheden in het pand- zoals een extra kelder of bijzondere nis- nu verwonderen zij zich over de schoonheden tussen mensen. Uit binnen- en buitenland komen belangstellenden kijken bij Jansje. Zij raken geïnspireerd om nieuwe projecten binnen de hulpverlening, kunstkringen en ontwikkelingswerk te realiseren. Glashelder: Jansje is meer dan een A-locatie waar je gezellig winkelt of theedrinkt. Het is een plek waar dingen gebeuren. Waar mensen samenkomen, los van religie en afkomst, ongeacht wie en hoe ze zijn. De wereld van Jansje laat grenzen vervagen en maakt kansen mondiaal. ★

*De wereld van Jansje is gehuisvest aan de Grote Houtstraat 45 in Haarlem. Website: [www.jansje.org](http://www.jansje.org) Via de galerie is de Doopsgezinde Kerk te bezichtigen. Dutch Designers in Development zijn Nederlandse ontwerpers, die maatschappelijk verantwoord ondernemen in ontwikkelingslanden: [www.didd.nl](http://www.didd.nl)*



Tekst en fotografie: Simone Leerveld