



Flanders
State of the Art

Verslag studiebezoek Catalonië (Barcelona)



SOCIAAL ONDERNEMERSCHAP

Samenstelling van de delegatie

David WEMEL

Afdeling Jeugd

David.wemel@cjsm.vlaanderen.be

M +32 479 68 53 22

Evelien VAN DOORSSELAERE

Jeugddienst Berlare

Evelienvd124@hotmail.com

M +32 496 44 67 86

Illias MARRAHA

Scouts en Gidsen Vlaanderen

im@scoutsengidsenvlaanderen.be

M +32 485 93 84 86

Ken VAN ROOSE

Formaat vzw

Ken.vanroose@formaat.be

M +32 478 45 42 20

Tim BLEUKX

Sojo vzw

tim@sojovzw.be

M +32 486 51 91 29

Verslag van de activiteiten

10 juni 2015 – 07.35 - Brussels Airport

Exact twee uur voor het (theoretische) vertrek van onze vlucht ontmoeten we elkaar in de koffiebar op de derde verdieping, uitkijkend op de vertrekhal. Alle delegatieleden zijn ruim op tijd. Fijne start.

10 juni 2015 – 12.45 – Barcelona Airport

Ruim een uur later dan voorzien, landen we in Barcelona. Een zichtbaar zenuwachtige Montserrat –onze Catalaanse collega en ‘compagnon de route’ voor de komende drie dagen– wacht ons op in de vertrekhal. Door de vertraagde aankomst ligt het tijdschema meteen in de knoop. Met een taxi worden we naar het hotel gebracht. Tijd voor een check-in is er niet. Snel even onze identiteitskaarten op de scanner en de bagage in de vestiaire en dan meteen weer de taxi in richting restaurant en Catalaans Jeugdagentschap.

10 juni 2015 – 13.45 – Barcelona, GAT BLAU

De hongerige magen worden gestild in restaurant Gat Blau. Een restaurant dat enkel met lokale en ecologische producten werkt. Een voltreffer. We eten lekker –en verantwoord- en krijgen de kans om het ijs tussen de delegatieleden en Montse wat te breken. Veel tijd is er echter niet, want in het Catalaanse Jeugdinstituut zitten ze vol ongeduld op de Vlaamse delegatie te wachten...



10 juni 2015 – 14.45 – Catalaans Jeugdinstituut

General Direction of Youth / Catalan Youth Agency

C/ Calàbria, 147
08015 Barcelona
T (34) 93 483 83 21

<http://www.gencat.cat/joventut>

Contactpersoon: Àngels Piédrola i Gómez

In het Catalaans Jeugdinstituut worden we verwelkomd door de Directeur, Toni. Hij drukt zijn waardering uit voor de jarenlange samenwerking met Vlaanderen en wenst ons een inspirerend verblijf. Wij danken de Catalanen voor de ontvangst en geven dezelfde blijk van waardering over de samenwerking.

Doordat we een uur achter lopen op schema wordt alles wat op een drafje afgehandeld. Eerst worden we meegenomen in de context van Barcelona en Catalonië. Met cijfers worden we op de harde economische realiteit van de regio gedrukt. Veel ruimte voor vragen is er niet, maar de uitleg is wel helder.

Enkele opvallende cijfers:

Wat betreft oppervlakte is Catalonië met z'n 32 000 km² ongeveer 2,4 keer groter dan Vlaanderen. In verhouding heeft Vlaanderen wel een grotere bevolkingsdichtheid. Catalonië telt ongeveer 7.5 miljoen inwoners. Daarvan wonen zo'n 5 miljoen inwoners in de metropool Barcelona (de stad en haar voorsteden).

Aan de ene kant kent Catalonië binnen die metropool een hoge verstedelijkingsgraad, aan de andere kant is er ook een grote versnippering van zeer kleine gemeenten, die ook elk weer hun eigen bestuur hebben.

Op bestuurlijk vlak functioneert Catalonië als autonome regio, met haar eigen parlement en regering. Daaronder vinden we 4 provincies. Onder de provincies vinden we 41 Comarques met daaronder de vaak kleine gemeentes. De provincies hebben geen bestuurlijke functies, het zijn de Comarques die functioneren als bestuurlijk tussenniveau.

Wat betreft demografie ziet Catalonië er typisch West-Europees uit: er komt een grote vergrijzingsgolf aan. Op dit moment bestaat de bevolking uit zo'n 15% jongeren, tegenover 25% midden de jaren '90.

Daar wringt dan ook het schoentje: er is op dit moment een zeer hoge jongerenwerkloosheid. Een goede 70% van de jongeren tussen 16 en 19 is werkloos (belangrijk: er is slechts leerplicht tot 16, vandaar dit cijfer). Van de jongeren tussen 20 en 25 is er een werkloosheid van om en bij de 40 % (tegenover een 23% op de totale bevolking).

Die hoge werkloosheidsgraad is te wijten aan verschillende factoren, met als belangrijkste de economische en financiële crisis. De impact van die crisis vertaalt zich ook in een ineenstorting van de vastgoedmarkt en dus ook de inkringing van de tewerkstelling in de bouwsector.

Van de jongeren tussen 16 en 30 jaar is het aandeel mannen onder de werklozen groter, terwijl de verhouding tussen werkloze mannen en vrouwen ouder als 30 jaar nagenoeg gelijk is.

Daarbovenop is er een grote kloof wat betreft scholingsgraad. Omdat de vraag naar laaggeschoolde arbeidskrachten tot begin 2000 zeer groot was maar inzakte door de crisis, zien we aan de ene kant een groot aandeel laaggeschoolden (32 %), aan de andere kant een groot aandeel hooggeschoolden (41 %). Vrouwen zijn bovendien vaak hoger geschoold dan mannen, te verklaren door de hoge vraag naar (laaggeschoold) personeel in de bouwsector.

In combinatie met een immigratiegolf richting Catalonië, die tot voor begin 2000 nauwelijks bestond, brengen deze elementen dit een precaire situatie met zich mee.

Door de werkloosheids crisis komen jongeren zeer moeilijk aan de bak: er worden weinig tot geen nieuwe jobs gecreëerd. 15% van de jongeren leeft daardoor onder de armoedegrens.

Van de ondernemers die de intentie hebben om een bedrijf op te starten, is 44% tussen de 18 en 34 jaar. Terwijl er nu slechts 12% van de bedrijven in handen is van die zelfde leeftijdscategorie.

Net als in Vlaanderen is er in Catalonië een grote beweging naar bestuurlijke onafhankelijkheid.

Op dit moment is Catalonië een van de belangrijkste autonome regio's van het land, met een aantal exclusieve beleidsbevoegdheden, waaronder jeugd. Dat schept dan ook kansen om in te zetten op de aanpak van jongerenwerkloosheid. Omdat 'werk' geen bevoegdheid is van de regio's, is het jeugd beleid een van de belangrijkste kanalen om rond dit topic te werken.

Op politiek vlak vond de voorbije maand een aardverschuiving plaats: Het linkse Comú won er de verkiezingen. De partij ontstond vanuit verschillende burgerbewegingen die de beslissingsmacht terug dichterbij de burger willen leggen en een rechtvaardige verdeling van de welvaart willen.

Jeugd beleid in Catalonië

Na de cijfers komen de instrumenten aan bod. Àngels Piédrola i Gómez, die het Catalaanse Jeugd beleidsplan coördineert, introduceert ons in de belangrijkste instrumenten van het Jeugd beleid in Catalonië. Het jeugd beleidsplan is het belangrijkste instrument.

Wat opvalt is dat in Catalonië een jeugd beleidsplan goedgekeurd wordt in consensus door het hele parlement. Het heeft een looptijd van 10 jaar. Dit zorgt er voor dat er meer op lange termijn kan worden gewerkt en dat een plan niet zo afhankelijk is van de politieke grillen van wisselende meerderheden. Een idee om over na te denken in Vlaanderen?

Jeugd beleid is een exclusieve bevoegdheid van de regio Catalonië en is nog relatief jong als autonoom beleidsdomein. Het eerste echte jeugd beleid kreeg vorm begin jaren '80.

Waar tot begin jaren '90 vooral een focus ligt op jeugd welzijn, verschuift de aandacht tegen 2000 naar een meer holistisch jeugd beleid.

Voor de huidige beleidsplanning hebben de Catalanen zich gedeeltelijk gebaseerd op het (vroegere) Vlaamse systeem, waarbij de lokale overheden vanuit de regionale overheid worden ondersteund via lokale beleidsplannen.

Interessant: de beleidscycli in Catalonië zijn lang in vergelijking met Vlaanderen: De eerste beleidscyclus van het vernieuwde jeugd beleid liep van 2000 tot 2010, de tweede beleidscyclus loopt van 2010 tot 2020. Die tienjarige cycli zijn legislatuur overschrijdend. Bovendien worden jeugd beleidsplannen unaniem gestemd in het parlement – zowel meerderheid als minderheid

moeten dus instemmen. Door die elementen krijgt het jeugdbeleid een grotere continuïteit en loopt het jeugdbeleid minder risico om speelbal te worden van (partij)politieke spelletjes.

Net als in Vlaanderen wil men vooral een 'Evidence-Based' beleid voeren: elke vijf jaar is er een grote survey waarbij zo'n 9000 jongeren bevroegd worden. Een groot deel van de jongeren wordt bereikt via een online bevragingstool. Ook de belangrijkste jeugdspelers worden hierbij betrokken.

Op basis van een nieuwe 'Youth Law' in 2010 werden ook de bevoegdheden, relaties en verschillende actoren, organisaties en participatiestructuren erkend en geformaliseerd. De doelstelling van de Youth Law was tweezijdig: empowerment bij jongeren versterken en hen de kans geven om hun levensproject vorm te geven.

Vanuit een crossectorale benadering werden hier een zevental grote uitdagingen geformuleerd, resulterend in 353 acties over 14 beleidsdomeinen.

Twee van die uitdagingen gaan over sociaal ondernemerschap en tewerkstelling. Zo stellen ze zichzelf voor om successen te boeken in de loopbaan van jongeren door de tewerkstelling te verbeteren, ondernemerschap als middel te gebruiken, ... Een tweede uitdaging is om richting een nieuw model van samenleven te evolueren die duurzaamheid en innovatie promoot door middel van sociale cohesie. Door de sociale status van jongeren te verbeteren, interculturele dialoog te stimuleren en te evolueren naar een lokale, duurzame maatschappij. Dit zijn ook de doelstellingen die budgettair het meeste gewicht krijgen (75% van het totale budget).

Een van de resultaten van het nieuwe plan in de installatie van het 'Youth Work Emancipation Network': een netwerk van 38 jeugddiensten in de 41 Comarques, die op hun beurt zo'n 288 'jeugdinformatiepunten' beheren en doorverwijzen naar 1200 diensten.

In 2016 zal er in elke Comarque zo'n punt zijn, daarnaast zullen er ook 3 gespecialiseerde thematische jeugdpunten worden opgericht.

Wat met ondernemerschap?

Het agentschap jeugd, dat het jeugdbeleid en het jeugdwerkbeleid in Catalonië voorbereidt en uitvoert, heeft zoals eerder gezegd een belangrijke rol te spelen wat betreft de aanpak van jongerenwerkloosheid. Ondernemerschap is dan ook een van de speerpunten van het huidige jeugdbeleid.

Ondernemerschap wordt in Catalonië vooral gezien als een middel om de jeugdwerkloosheid aan te pakken: via verschillende programma's wordt ingezet op ondernemerschap bij jongeren als weg naar self-employment.

Omdat effectief ondernemerschap zich manifesteert op hogere leeftijd en het ondernemerschap bij jongeren tussen 18 en 35 afneemt, worden het jeugdwerk en het onderwijs ingezet als belangrijkste actoren om ondernemingszin en ondernemerschap te stimuleren.

In het onderwijs wordt meer en meer ingezet op programma's die ondernemingszin bij kinderen en jongeren stimuleren; via het agentschap jeugd zien we heel wat programma's die inzetten op effectief ondernemerschap, het opstarten van een eigen business.

Entrepreneurship in Catalonia
By CPA'C Foundation
<http://www.cpac.es/>

Om het speerpunt ondernemerschap voor te bereiden en uit te voeren werd een extern agentschap (CPAC) aangetrokken om hier een programma rond op te zetten en te implementeren via het Youth Work Emancipation Network. De bedoeling is om van hieruit programma's op te zetten die jongeren begeleiden van idee tot businessplan, met focus op competenties, mentoring, training...

Het is ook de bedoeling om vanuit dit agentschap jeugdwerkers op te leiden die rond ondernemerschap kunnen werken.

CPAC is geen nieuwe organisatie en bestaat al sinds 1986. Het is een speler binnen een internationaal netwerk van andere organisaties die ondernemerschap stimuleren, opgestart vanuit studenten.

De belangrijkste focus van CPAC ligt op het stimuleren van self-employment en wil dit op drie manieren versterken:

- Training: Het opzetten van educatieve programma's
- Financiering: Het verschaffen van microfinanciering en het zoeken naar investeerders
- Mentoringprogramma: het koppelen van ervaren aan beginnende ondernemers bij de opstart van nieuwe projecten gedurende een langere periode

Het concept is gebaseerd op het concept van ecosystemen waarbij "think globally, act locally" een toepasselijke leuze is. Ze hebben ook twee online tools ontwikkeld. Één op macroniveau Catalonië (<http://catempren.gencat.cat/serveis-per-emprendre/en/cerca?nomcera>) en één op microniveau (<http://w153.bcn.cat/#/explore>)



Een belangrijke opmerking naar het beleid is de manier waarop de impact van ondernemerschapsprogramma's wordt geëvalueerd en gemeten. Deze impact is namelijk moeilijk te meten aan de hand van het aantal nieuwe start-ups. Dit aantal zegt namelijk niets over de duurzaamheid of het civiel effect van de start-ups. Meer bruikbare insteken om over die impact na te denken, zijn vragen zoals hoeveel duurzame jobs de programma's opleveren, hoeveel start-ups hun eerste, tweede, derde... jaar overleven, hoeveel rechtstreekse en onrechtstreekse werkgelegenheid zij opleveren...

Het mentoringprogramma dat CPAC uitvoert heeft omwille van zijn langere duur meer potentieel om effectieve impact in kaart te brengen en start-ups gedurende een langere periode te volgen.

CO-WORKING SPACES

Naast verschillende programma's die ondernemerschap stimuleren, zet ook in Barcelona de co-working trend zich door. Verschillende organisaties gebruiken co-working als manier om mensen samen te zetten en op die manier hun krachten te bundelen.

Op dit moment telt Barcelona co-working spaces voor zo'n 5000 co-workers. Dit maakt van Barcelona de stad met de meeste co-working spaces per inwoner wereldwijd. Dit wordt ook wel als een heikel punt ervaren voor de bestaande co-workingspaces omdat er teveel spelers op de markt zijn en het concept daardoor aan kracht verliest.

10 juni 2015 – 17.00 – Impact HUB Barcelona

IMPACT HUB

Plaça Reial, 18 Barcelona

Tel. (34) 93 595 15 09

Email: barcelona@impacthub.net

<http://barcelona.impacthub.net/>

Contactpersoon: Mr. Eric Hauck

Impact Hub is een wereldwijd netwerk van personen en organisaties die zich willen engageren om maatschappelijke impact te vergroten. De organisatie koppelt entrepreneurship aan sociale verandering en wil de meest veranderingsgerichte entrepreneurs identificeren en aantrekken om methoden te creëren om sociaal innovatief te kunnen werken.

Daarbij ziet Impact Hub Barcelona drie grote uitdagingen voor Barcelona:

- Jongerenwerkloosheid: zoals eerder gezegd is jongerenwerkloosheid in Catalonië een groot probleem, ook in Barcelona stad is dit een relevante issue.
- Huisvesting: Huisvesting is duur in Barcelona en omvat vaak 40 tot 50 % van het totaal inkomen.
- Duurzaam Toerisme: 90 % van de mensen die in Barcelona rondlopen zijn toeristen (en gedragen zich ook als 'toeristen'), met alle gevolgen van dien. Impact Hub wil de toeristen transformeren tot 'tijdelijke burgers', om hun impact op de stad op een positieve manier in te zetten en hen te responsabiliseren.

'Impact Hub' is een internationale beweging met 61 vestigingen en 10.000 leden ondernemers. De eerste vestiging opende in 2005 de deuren in Londen.

De Impact Hub werkt op drie manieren: People, Programs en Places

- **People:** Mensen samenbrengen die iets op een positieve manier willen veranderen. Op dit moment vormt de politieke onderstroom in Catalonië een belangrijke kritische massa, die een alternatief wil bieden op het huidige systeem. Die massa biedt een belangrijk potentieel voor Impact Hub, die hen wil activeren door hen samen te brengen via events, via lezingen,...

Via de tool 'Barcelona Activa' worden entrepreneurs, ondernemende burgers, maar ook intrapreneurs, corporate rebels en burgers met een goed idee gestimuleerd om aan de slag te gaan. (Dit is te vergelijken met Flanders DC, -Ken-).

Een belangrijke vaststelling is dat heel wat programma's willen inzetten op ondernemerschap, maar dat deze soms hun doel voorbijschieten of de mensen die ze willen bereiken, niet bereiken. Anders dan bij het klassieke ondernemerschap, is een goed 'sociaal ondernemend idee' niet altijd in twee minuten te pitchen.

Sociale entrepreneurs zijn niet hetzelfde als entrepreneurs: je moet hen op een andere manier begeleiden, aanspreken, benaderen. Tegelijk moet het verhaal van sociale ondernemers vaak worden vertaald op maat van 'investeerders', die wel de taal van het klassiek ondernemerschap, minder de taal van het sociaal ondernemerschap begrijpen.

- Vandaar dat **Places** zo belangrijk zijn: platformen waar verschillende mensen elkaar tegenkomen, waar entrepreneurs investeerders tegenkomen, werknemers en intrapreneurs kennismaken met corporate rebels, waar mensen (internationale) netwerken kunnen opbouwen.
Een co-working space is daarbij een goed model. Belangrijk is echter dat dit geen lege doos is, maar dat mensen er ook uitgedaagd worden, input krijgen en zelf feedback kunnen geven op elkaars' ideeën.
- **Programs** zijn dan ook het sluitstuk tussen people en places: Je hebt mensen nodig met goede ideeën, mensen moeten elkaar kunnen ontmoeten, maar via het opzetten van bootcamps, uitwisselingsprogramma's, educatie... kan je ideeën en mensen naar een hoger niveau tillen.

De programma's die worden gegeven zijn vaak ook gericht op zogenaamde soft skills, dus niet enkel op harde ondernemerschapsattitudes.

Waardegedreven ondernemen via co-working?

De Millennials, generatie Y, denkt fundamenteel anders dan de vorige generaties: bij het maken van keuzes wordt veel meer afgewogen. Bovendien zijn de achterliggende waarden en processen bij het produceren van goederen en diensten een belangrijke factor in het maken van die keuzes.

Dit dwingt ondernemers om hier rekening mee te houden en hun plannen hier op af te stemmen en op een andere, waardegedreven manier te gaan ondernemen.

Co-working wordt in één adem genoemd met dit nieuwe ondernemen. Barcelona heeft – naar eigen zeggen - het grootste aantal co-working spaces per hoofd van de wereld. Dat wordt bovendien gefaciliteerd door de leegstand van kantoorruimtes, wat de prijzen drukt.

De co-working trend zorgt echter niet noodzakelijk voor innovatie, voor betere processen en diensten, of voor modern ondernemerschap. Een co-working space zonder inhoud of visie is een lege doos, een gedeeld kantoor. "Real co-working is about the art of Hosting".



Coworking en self-employment als oplossing?

Het verleggen van 'employment' naar 'self-employment' is niet de enige oplossing voor de crisis en helpt mensen niet altijd vooruit: enerzijds wordt de concurrentie met andere self-employers torenhoog, anderzijds komen mensen in de problemen door de hoge belastingen en andere verplichtingen.

Daar ligt dan ook een belangrijke rol voor co-workingspaces: het zijn plaatsen waar je tijd en ruimte krijgt om te groeien, te leren, relaties op te bouwen en je business te leren kennen en in te schatten op de markt.

Maar ook de overheid heeft volgens Impact Hub een belangrijke rol te spelen. Ondernemen is niet aantrekkelijk voor starters: er zijn veel administratieve verplichtingen en vooral de hoge BTW maken het moeilijk om te starten. "Waarom betaal je in Spanje 7% BTW op het verkopen van bier, maar 21% op het verkopen van een ander product? Een omgekeerd scenario zou ondernemen veel aantrekkelijker maken".

Ook op vlak van het aanwerven van werknemers bij startende bedrijfjes liggen hier grote uitdagingen.

Self-employment in combinatie met een goed werkende co-working space kan dus zeker een alternatief bieden op een krimpende arbeidsmarkt, als de voorwaarden voor kleine ondernemers gunstiger zouden worden.

Onderwijs als (non)innovator?

Er klinkt vanuit Impact Hub ook kritiek op de rol van universiteiten en de manier waarop zij een rol opnemen rond ondernemerschap. De vraag die zich stelt is of universiteiten en andere instellingen wel voldoende voeling hebben met de maatschappelijke realiteit om effectief maatschappelijke impact te realiseren: Ze zijn meer bezig met het ontwikkelen van slimme (irrelevante?) technologie dan aan het verbeteren van de sociale realiteit. "Wat is de meerwaarde van zelfsturende auto's en robothonden als gezelschapsdier voor bejaarden als 15% van de

jongeren onder de armoedegrens leeft?” De toon was: “We don’t need smart cities, we need smart people.” We hebben geen slimme steden nodig, maar slimme mensen.

Niet alleen op vlak van onderzoek en ontwikkeling, ook op vlak van onderwijsmodel krijgen de universiteiten een veeg uit de pan: de trajecten en programma’s, de manieren van lesgeven,... zijn niet langer aangepast aan de kennismaatschappij, waar jongeren met een druk op de knop toegang hebben tot een veelvoud van de kennis die in een instelling aanwezig kan zijn.

“Universiteiten hebben niet langer het monopolie van lesgeven en kennis, en moeten zich naast hun onderwijsopdracht veel meer bewust zijn van hun maatschappelijke rol, hun verbinding met het werkveld en de samenleving waar ze in opereren.”

Maar er is niet enkel kritiek: langzamerhand steken instellingen de hand uit naar organisaties zoals Impact Hub, zodat studenten en lesgevers voeling houden met wat leeft op het veld. Verschillende studenten lopen intussen stage bij de organisatie en kunnen er – in alle rust – werken aan hun eigen (maatschappelijk relevante?) projecten. Er zou standaard een jaar na elke opleiding voorzien moeten worden waarbij de studenten kunnen experimenteren met ondernemerschap.

Het bezoek aan de Impact Hub in Barcelona wordt afgerond met een drankje op het dakterras van het prachtig gelegen gebouw. Dankzij een samenwerking met de architecten die de gelijkvloerse verdieping bezetten, kan het gebouw aan een redelijke prijs gehuurd worden door de Impact Hub.



Met het bezoek aan de Impact Hub, zit de eerste dag Barcelona erop. Onze begeleidster Montse neemt ons nog even op sleeptouw door de historische binnenstad. Een uurtje later dan gepland komen we moe maar tevreden aan in het hotel.

11 juni 2015 - 09.30 – Catalaans Jeugdinstituut

San Feliu innovates: Supporting youth digital entrepreneurs
Contact person: Pablo Muiño

Sant Feliu is een gemeente aan de rand van Barcelona met een 44 000 inwoners en lijkt vanuit die hoedanigheid op de grotere gemeenten en centrumsteden die we kennen in Vlaanderen.

Andere (typisch Vlaamse?) kenmerken: er is een rijk verenigingsleven (wat gezien wordt als een voorwaarde voor sociale innovatie) en er is een risico op een brain drain: het feit dat jongeren en 'high potentials' wegtrekken richting de grote stad.

Dat risico is echter relatief. Omdat er een 'overschot aan talent' (lees: een tekort aan jobs) is, keren jongeren makkelijker terug naar hun heimat – of blijven ze er langer hangen.

De gemeente neemt een actieve rol op wat betreft het faciliteren van ondernemerschap en het stimuleren van ondernemingszin en doet dit vanuit het 'Departement nieuwe technologieën en ondernemerschap'. Er ligt daarbij een hoge focus op digitalisering, wat te verklaren valt met een grote digitale kloof die zich manifesteerde begin 2000. Van daaruit werden heel wat impulsen en opleidingen opgezet om die digitale kloof, die vooral bestond tussen verschillende leeftijdsgroepen, te dichten. Daardoor is Sant Feliu op dit moment zelfs een van de voorlopers van de regio. In 2008-2009 werd San Feliu 'digitale stad' en kiest men er voor om te werken aan het concept van een 'smart city' waarbij de mensen centraal staan en niet de sensoren. Het sociale aspect van de "smart city" is een belangrijke pijler.

Het is vanuit die context dat de aandacht voor ondernemerschap zich verder ontwikkelde in de richting van digitalisering en technologie.

Er wordt gewerkt op drie niveaus: op instaplevel vinden we het 'stimuleren van sociale innovatie', daarnaast is er het inzetten op prestarters, een derde level is het faciliteren van start-ups. Daarbij wordt ingezet op verschillende topics: het ontwikkelen van nieuwe technologieën en digitalisering, het 'bovenlokale aspect' (dus het samenwerking met omliggende dorpen) en innovatie (voor deze doelstelling wordt samengewerkt met een programma vanuit een bank).

We herkennen daarbij verschillende pijlers die we ook al terugvonden bij Impact Hub en CPAC:

- Opleiding
- Gepersonaliseerd advies
- Coworking en netwerking

Toch een rol voor het onderwijs?

Daarnaast legt men in St. Feliu expliciet een link met het secundair onderwijs: samen met leerlingen uit scholen van de gemeente wordt gewerkt aan innoverende projecten die de stad slimmer kunnen maken: dit via innovaties op vlak van sociale media, augmented reality, blogs,

Op die manier wil St. Feliu de werkwijzen die binnen het onderwijs gebruikt worden verfrissen en vernieuwen.

Omdat er binnen het onderwijs weinig middelen zijn om op een innovatieve manier te werken, is het de gemeente die ondersteuning biedt aan de onderwijsverstrekkers via verschillende projecten.

Een van die projecten draait rond het ontwikkelen van digitale innovaties samen met klassen: apps, e-commerceprojecten,... De bedoeling is om op vraag van buitenaf te werken aan echte cases. Zo ontwikkelde een school in kader van een erfgoedproject een 'augmented reality-app': via QR-codes die je terugvindt aan gebouwen, parken, pleinen,... kan je direct informatie opzoeken over de plaats waar je je op dat moment bevindt. Zo kan je bijvoorbeeld in één beweging zien hoe een gebouw er honderd jaar geleden uitzag.

Via deze impulsen wil men innovatie in de gemeente detecteren en faciliteren.

Omwille van de hoogdringendheid in Spanje en Catalonië staat het stimuleren van ondernemerschap hoog op de lokale beleidsagenda's: bijna elke gemeente heeft wel één of ander programma dat ondernemerschap bij jongeren wil stimuleren. Om die programma's te kunnen opzetten worden brede allianties opgezet: het onderwijs, universiteiten, coworkingspaces, banken en andere private spelers zijn partners die mee op de kar springen.

Publiek-Private samenwerking als accelerator voor innovatie?

Sant-Feliu is een van de gemeenten die intekende op Yuzz, een ondernemerschapsprogramma voor jongeren die wordt geïnitieerd vanuit een grote bank, banco Santander.

Gemeenten, maar ook hogescholen en universiteiten betalen een som aan de bank om dit traject op te zetten in hun gemeente of school.

In ruil zet de bank een begeleidingsprogramma op via een wedstrijdformule waar jongeren tussen 18 en 30 kunnen aan deelnemen.

Dit was ongetwijfeld de meest interessante ervaring voor mij. Dit sluit ook het meeste aan bij de gemeente Berlare – ondanks het grootteverschil. De ideeën rond sociale innovatie neem ik zeker mee om binnen het jeugdbeleid van Berlare ook dit soort van ondernemerschap te stimuleren.

Evelien:

11 juni 2015 – 11.30u – Barceloneta beach

Surf and Help experience

Passeig maritim, 25

Barcelona

Beach of Barceloneta

www.surfandhelp.org

Contact: Florian Weimert

Surf and Help is een project dat ontstond vanuit een specifieke interesse van jongeren: Surfen.

Geïnspireerd op een community-driven project rond duurzaam surfen in Sierra Leone zetten verschillende jongeren vrijwillig hun schouders onder een nieuwe organisatie. De rode draad door de activiteiten van Surf and Help is uiteraard het surfen zelf: via het opzetten van surfevents en surfkampen werkt de organisatie aan een solide basis van vrijwilligers en jongeren die zich willen engageren voor het project. Veel Duitse vrijwilligers worden via een internationaal online platform bereikt.

Elk event heeft ook een sociale kant: bij de surfkampen in het buitenland is bijvoorbeeld steeds aandacht voor milieubeschermende doelstellingen of doelstellingen die te maken hebben met duurzaam (surf)toerisme. Bij een surfkamp in Marokko werd ook een dag uitgetrokken om een lokaal vervuild strand op te ruimen. Ook in eigen stad wordt geregeld een 'Beach Cleanup' georganiseerd.

Om aan haar doelstellingen te kunnen werken wordt samengewerkt met verschillende private partners. In ruil voor sponsoring organiseert Surf and Help bijvoorbeeld teamdagen voor bepaalde bedrijven. Diezelfde bedrijven hebben ook het beleid om het personeel een dag "vrij" te geven om een sociale ervaring op te doen, waardoor het sociaal denken in het bedrijfsklimaat komt. Naast de kampen zijn er nog verschillende sociale activiteiten: Surf and Help organiseert fundraisers, milieu-educatieve activiteiten en ondersteunt zelf verschillende kleine sociale projecten in het buitenland.



11 juni 2015 - 17.00 – Makers of Barcelona (FabCafé).

Makers of Barcelona

Bailén, 11 baixos Barcelona

info@mob-barcelona.com

www.mob-barcelona.com

Contact : Laura Fernández Giménez

Makers of Barcelona werkt op een heel andere manier aan innovatie, via de 'Makers-traditie': Het is een community die zich hoofdzakelijk richt op 'creative geeks', 'innovative hipsters' en 'business savvy's'.

Deze coworking-community zet een tweehonderdtal leden bij elkaar die vooral bezig zijn met hi-tech microproducties: Arduino, 3D-Print, Lasercut,... het zijn de rode draden in dit huis. De 3D-printers en lasercuts zijn ook te gebruiken door de gebruikers van het Fab-café. Ze gebruiken ook de expertise vanuit MOB om het fabcafé aantrekkelijk te maken, zo is de 3D printer ontwikkeld binnen de coworking ruimte.

De Makers profileren zich vooral door het ontwikkelen van nieuwe producten: van fietsen tot mini-robots en op origami gebaseerde plaids. Als startersplatform gaat deze beweging steeds op zoek naar nieuwe samenwerkingen, naar investeerders om hun producten verder te kunnen ontwikkelen,... Vaak begeleiden ze de start-ups bij het opzetten van een crowdfundingactie. De organisatie verwerft inkomsten via lidgelden, via haar Fab-café, via workshops voor derden, via events (keynotes,...) en via consulting.

Verschillende programma's zijn specifiek gericht op jongeren:

'Youngfish' engageerde bijvoorbeeld dertig werkloze jongeren die via masterclasses en onder begeleiding van 10 mentoren gedurende 10 dagen aan een challenge werkten die rechtstreekse impact had op de buurt.

'Ultracamp' is een project in lagere scholen. Kinderen leren er in drie dagen (nieuwe) technologieën kennen, leren samenwerken en out-of-the-box denken. Ze worden namelijk uitgedaagd om in groepjes een nieuw apparaat te bedenken en te ontwikkelen. Er gaat hierbij veel aandacht uit naar het proces. Zo krijgen de kinderen elk een rol toebedeeld (de bedenker, de tekenaar, de communicator, ...) Voor de begeleiding worden specialisten ter zake ingeschakeld uit het bredere netwerk van MOB.

In het project 'Makerpreneur' werd gewerkt rond de vraag 'hoe zetten we onze eigen nieuwe producten in de markt'.

Makerator is een even simpel als geniaal project: een bestelwagen wordt ingericht als FabLab en rijdt rond om op locatie workshops te gaan geven. In de V.S. bestaat dit project reeds, MOB wil in de toekomst zelf een dergelijk project op poten zetten.

Deze verscheidene programma's zijn een aanbod naast het doorlopende aanbod van MOB. Dit wil zeggen dat ze worden ingericht met partners, op aanvraag en wanneer er fondsen beschikbaar zijn.

Vooral het community-aspect binnen deze organisatie is zeer interessant: er heerst een inspirerende bedrijvigheid van mensen die aan hun eigen projecten bezig zijn en elkaar input en feedback geven.

MOB vindt het belangrijk om aanwezig te zijn in de wijk waarin ze actief zijn. Daarom doen ze ook mee met de minimaker faire, een straatevenement waarbij startups hun prototypes kunnen laten gebruiken door de geïnteresseerde bezoekers.

Ze zetten ook maximaal in om de digitale kloof te verkleinen. Hackfest, dat doorgaat op 17 oktober, wil 500 leken een website leren coderen op een dag. Het doel is dat ze 's avonds met een werkende website huiswaarts keren. Het platform daarachter is ontwikkeld door een start-up binnen MOB.



We ronden een interessante dag af met de nodige souvenir shopping en zitten tegen 21u aan de tafel in het hotel-restaurant om na te kaarten over de interessante bezoeken.

12 juni 2015 – 10.00u – LabCoop

LabCoop
Casp, 43 Barcelona
labcoop@grupecos.coop
www.grupecos.coop/lc/
Contact: Guernica Facundo Vericat

Labcoop profileert zich als labo voor sociale en coöperatieve projecten, een soort 'coöperatie van coöperaties'.

Het huis huisvest heel wat verschillende jonge projecten die werken volgens de geest van het coöperatief ondernemen: dat zijn soms coöperaties, maar evengoed vzw's, ngo's, samenwerkende zelfstandigen,...

De bottomline is dat er vooral collectief gewerkt wordt aan gemeenschappelijke noden die te maken hebben met innovatie op creatief, cultureel, bestuurlijk, economisch, ecologisch,.... vlak.

Als Labo heeft Labcoop verschillende functies:

- Promoten van het coöperatief gedachtengoed
- Trainingen rond verschillende businessmodellen, identificeren stakeholders,...
- Coaching en assessment
- Coworkingspace

Als onderneming is het verdienmodel het verkopen van training, counselling, werkruimte.... Er wordt dus betaald voor de diensten. Coworking is voor LabCoop geen (financieel) doel op zich, wel een middel om doelstellingen te bereiken, efficiënter te kunnen werken en meer impact te kunnen hebben.

Het specifieke van LABcoop is dat het organisaties samenbrengt rond dezelfde maatschappelijke waarden.

LabCoop biedt ondernemingen inhoudelijk ondersteuning op verschillende niveaus:

1. Economische leefbaarheid en duurzaamheid
2. Op gebied van de rechtsvorm: voor- en nadelen van coöperatieve als rechtsvorm
3. Relationale ondersteuning: balans tussen jezelf en het gemeenschappelijke

Het gaat om ondersteuning onder de vorm van training in samenwerking met universiteiten en met publieke en private organisaties.

LABcoop is deel van ECOs, die een coöperatieve koepel van coöperatieven is. ECOs heeft nu 16 leden. Het is gesticht in 2011 met zes leden. LABcoop werd opgericht in 2013 en is nu het 16e lid.

Binnen ECOs was er nood aan gemeenschappelijke werkruimte, aan ondersteuning, aan vorming, aan coaching,.... Zo is LABcoop ontstaan. LABcoop huisvest nu ook andere leden van ECOs.

Investering is gebeurd met krediet van Coop57, een bank die kredieten verstrekt aan coöperatieve sociale ondernemingen.

LabCoop is lid van Xes, Ripess Europe, REAS, netwerken rond solidaire economie (solidarity economy)

Als organisatie wil Labcoop vooral waardegedreven werken: zoals eerder vermeld zijn de doelstellingen dan ook expliciet gericht op sociale innovatie, niet enkel op winst.

LabCoop huisvest verschillende soorten coöperaties. Die zijn in te delen in drie categoriën: Coöperaties vanuit samen consumeren (samenaankopen,...), vanuit samen produceren of vanuit het samen aanbieden van diensten.

Als bovenbouworganisatie wil LabCoop verschillende coöperatieve organisaties versterken, vertegenwoordigen en gemeenschappelijke belangen verdedigen.

Ook LabCoop ziet belangrijke rollen voor het onderwijs en de overheid weggelegd. Wanneer er gesproken wordt over 'ondernemerschap', ook in opleidingen, wordt immers voornamelijk gefocust op de zelfstandigen, de NV's en de BVBA's van deze wereld. Terwijl ondernemen ook kan gebeuren in andere vormen: in coöperaties, vzw's, ngo's, feitelijke verenigingen,...

Ondernemerschap moet in brede zin worden gepromoot, in al zijn vormen. Dat kan daarom best gebeuren in samenwerking met verschillende bestaande netwerken – waar LabCoop er een van is.

12 juni 2015 – 14.00 – Mescladís

Mescladís

Calderes, 35 Barcelona

www.mescladis.org/es/

Contact: **Martín Habiague**

Voor de laatste lunch neemt Montse ons mee naar Mescladís. Een gepaste afsluiter voor een fijn en interessant studiebezoek.

Mescladis is op het eerste zicht een gewoon restaurant. Een kijkje tussen de potten en pannen leert ons waarom dit restaurant 'anders' is dan wat we kennen: Alle mensen die er werken hebben een precair verblijfsstatuut.



"We spreken niet over sans-papiers, we spreken over sans-droits. Het is onbegrijpelijk dat mensen zonder veroordeling of proces gedurende maanden of jaren kunnen worden opgesloten in de gevangenis, wat ze dan 'gesloten asielcentra' noemen. Mochten Europeanen op dezelfde manier worden behandeld in Zuid-Amerika of Afrika, zou iedereen moord en brand schreeuwen en werden die landen veroordeeld voor 'schending van de mensenrechten'."

Alle medewerkers worden opgeleid om te kunnen werken in het restaurant: als kok, als zaalwachter, als receptionist,... Daarbij krijgen ze niet alleen kooklessen, maar ook taallessen. Bovendien worden ze ook geholpen door Mescladis om een legaal verblijfsstatuut te kunnen verkrijgen.

Het restaurant heeft veel aandacht voor zijn relatie met de buurt en heeft naast een gastronomische ook een artistieke functie: in nauwe samenwerking met een fotograaf worden heel het jaar door openbare foto-expo's georganiseerd in de openbare ruimte. Daarbij schuwt Mescladis de controversie niet: de organisatie neemt een duidelijk politiek standpunt in over de vluchtelingenproblematiek en durft daar ook over in de clash gaan met beleidsmakers.

Evaluatie

We starten de evaluatie met excuses van de Spaanse kant. Door omstandigheden is het bezoek niet kunnen lopen zoals voorzien. Montserrat, die ons begeleidde en het studiebezoek samenstelde, was relatief nieuw op internationale samenwerking en kende persoonlijk weinig van het thema ondernemerschap. Angels, die het Catalaanse jeugdbeleidsplan coördineert, was er ook graag meer bij geweest om te kunnen uitwisselen over de aanpak in Catalonië en die in Vlaanderen, maar kon –eveneens door onvoorziene omstandigheden- enkel op woensdagnamiddag een korte introductie geven.

Dit had zijn impact op het programma: we bezochten weinig concrete sociale ondernemerschapsinitiatieven en veel gelijkaardige projecten (co-working). Het zou goed zijn als er in de toekomst meer aandacht zou kunnen gaan naar concrete ondernemingen ipv naar de organisaties die hen ondersteunen. Zo zou je bvb bij het bezoek aan een co-workingspace ook tijd kunnen maken om één van de ondernemingen die er gehuisvest is, een voorstelling te laten doen.

Ook de link met de overheid werd te weinig gelegd. We kregen het concrete voorbeeld van San Feliu en hoe daar de lokale overheid het ondernemerschap ondersteunt, maar verder ging het niet. Verschillende keren werd verwezen naar 'Barcelona Activa', de overheidsinstantie die ondernemers ondersteunt. Een bezoek aan hen was zeker ook interessant geweest.

Drie dagen is sowieso kort om een context te leren kennen en de verschillende spelers die je er ontmoet te kunnen plaatsen en er blijft al helemaal geen tijd meer over om even binnen te lopen in de Sagrada Familia.

Toch: er is heel wat in beweging, niet alleen in Barcelona, ook in Catalonië.

Wat we meenemen:

- ⇒ Het stimuleren van self-employment is slechts één van de mogelijke oplossingen voor het bestrijden van (jongeren)werkloosheid.
- ⇒ Overheden moeten ondernemen in al zijn vormen promoten, maar moeten ook maatregelen nemen om ondernemen makkelijker en aantrekkelijk te maken voor starters.
- ⇒ Coworking is about the art of hosting. Het creëren van werkplek is niet voldoende: je moet een goede omgeving creëren, mensen bij elkaar brengen, mensen ondersteunen via inhoudelijke programma's, via kredietverstrekking.
- ⇒ Niet iedereen is een innovator, niet iedereen moet er een zijn. Wat je wel moet doen is innovators detecteren om hen verder te laten ontwikkelen.
- ⇒ Niet iedereen moet een zelfstandige worden of een BVBA oprichten. We hebben innovators en ondernemers nodig binnen en buiten organisaties: self-employers, maar ook intrapreneurs en corporate rebels.
- ⇒ Stimuleren van ondernemerschap en ondernemingszin kan gebeuren vanuit verschillende richtingen en op verschillende niveaus. Het jeugdbeleid, het onderwijs, diensten rond werk en economie,... zijn mogelijke partners. Dit zowel op lokaal als regionaal of nationaal niveau. Belangrijk is wel dat er afstemming plaatsvindt tussen verschillende spelers en dat er wordt samengewerkt. (Evelien: "Ik denk dat de 'categoriale jeugdreflex' zoals door de VVJ heel hard gepromoot, hier een belangrijke rol speelt. Zo kan dit in de meerjarenplanning van gemeentes en steden zeker verwerkt worden.")

- ⇒ Veel projecten die we hebben bezocht worden gesponsord door bedrijven: Santander bij Sant Feliciu, King Ritz-Carlton bij Surf&Help, Deloitte bij CP'AC. Die openheid naar de bedrijfswereid kan waardevol zijn, maar er zit ook een valkuil in. Er is op dit moment geen criteria voor ethiek. Sponsoren de bedrijven enkel om hun "brand washing" of staan ze echt achter het project vanuit visie en overtuiging?