



# **Evaluering af Place de Bleu**

**Et socialøkonomisk forsøgsprojekt**

**Oktober 2011**



# Indholdsfortegnelse

<b>1. Resumé.....</b>	<b>5</b>
<b>2. Indledning.....</b>	<b>7</b>
2.1 Baggrund .....	7
2.2 Formål med projektet .....	8
<b>3. Målgruppen .....</b>	<b>11</b>
3.1 Grupper af kursister .....	11
3.2 Kursusforløb .....	12
3.3 Kendetegn ved deltagerne .....	13
3.4 Effekter .....	15
3.5 Fremtidsperspektiver for deltagerne.....	20
<b>4. Den socialøkonomiske virksomhed .....</b>	<b>23</b>
4.1 Det socialøkonomiske aspekt .....	23
4.2 Etableringen af Place de Bleu .....	24
4.3 Organiseringen .....	25
4.4 Udvikling af produkter .....	26
4.5 Forretningsidé.....	29
4.6 Aflønning.....	30
<b>5. Sammenfatning og opmærksomhedspunkter .....</b>	<b>33</b>
<b>6. Bilag .....</b>	<b>37</b>



# 1. Resumé

Place de Bleu er en socialøkonomisk virksomhed, der opkvalificerer og beskæftiger kvinder med anden etnisk baggrund end dansk.

Denne evaluering viser, at Place de Bleu med etableringen og driften af en socialøkonomisk virksomhed præsenterer et godt eksempel på, hvordan det er muligt at indrette arbejdsmarkedet mere fleksibelt. Place de Bleu har fået opbygget en produktlinje, som efterspørges af en lang række leverandører.

Der er kvinder ansat på ordinære vilkår, på støttede vilkår eller i praktik i Place de Bleu. Det er kvinder, som har gennemført kurset og som efterfølgende er blevet tilknyttet projektet som planlagt i projektbeskrivelsen. Derudover er det også lykkedes Place de Bleu at få etableret kontakter til frivillige strikkekoner, som nu er tilknyttet på frivillig basis, og som Place de Bleu engagerer fra opgave til opgave. Overordnet er kvinderne kendetegnet ved, at de har kompetencer og erfaringer inden for håndværksområdet. Hovedparten af kvinderne har dog ingen – eller kun meget begrænset – erfaring med det danske arbejdsmarked, og kvinderne har desuden også ofte en række helbredsmæssige eller sociale barrierer i forhold til arbejdsmarkedet.

Målsætningerne om antal og kendetegn for de tilknyttede kvinder har projektet i høj grad opfyldt. Overordnet kan evaluator også konkludere, at mange af kvinderne er kommet tættere på arbejdsmarkedet enten i praktik, løntilskud eller ordinær beskæftigelse. Ydermere er enkelte kvinder blevet afklaret (flexjob og pension).

Evalueringen viser desuden, at Place de Bleu på en række områder inddrager socialøkonomiske aspekter. Formålet med projektet har et klart defineret socialt sigte – nemlig at fremme integrationen ved at hjælpe indvandrerkvinder til at få fodfæste på det danske arbejdsmarked. Det socialøkonomiske aspekt ses også i relationerne til fx Kvadrat og Katvig, som har doneret materialer til Place de Bleu. Endvidere er flere andre typer af virksomheder i dialog med Place de Bleu vedrørende støtte, sponsorater eller opgaver.

Endelig har projektet også på et strategisk og overordnet niveau inkorporeret det socialøkonomiske aspekt. Qaravane arbejder på at sætte fokus på rammerne for iværksætteri og beskæftigelse på alternative vilkår for marginaliserede grupper.

Place de Bleu er imidlertid stødt på nogle væsentlige barrierer, som i høj grad udfordrer projektet pt. Dette vedrører begrænsningerne i forhold til aflønning af kvinder på kontanthjælp og den manglende fleksibilitet i relation til at opbygge en fleksibel arbejdsplads. Dette er problemer af mere generel karakter, og der er behov for, at der såvel på kommunalt som på nationalt niveau tages stilling til disse udfordringer, og at der findes løsninger for projekter som Place de Bleu, der har vist, at de kan løfte en gruppe marginaliserede kvinder ind på arbejdsmarkedet, men som ved siden af denne sociale opgave har vanskeligt ved at skulle drives alene på markedsvilkår.



## 2. Indledning

New Insight har for Qaravane evalueret Place de Bleu.

Place de Bleu er en socialøkonomisk virksomhed, der opkvalificerer og beskæftiger kvinder med anden etnisk baggrund end dansk. Place de Bleu er økonomisk støttet af det lokale beskæftigelsesråd i Københavns Kommune og af Ministeriet for Flygtninge, Indvandrere og Integration. Bevillingen begyndte i foråret 2010 og udløber i efteråret 2011.

Denne evaluering fokuserer på projektets anden fase, som overordnet omfatter dannelsen af foreningen Qaravane, etablering af en socialøkonomisk virksomhed og rekruttering og opkvalificering af 30 kursister i målgruppen<sup>1</sup>.

Denne evaluering har to primære fokusområder:

- Målgruppen – hvad kendetegner dem, hvor mange har deltaget og gennemført forløbet, og hvilke resultater har det givet at deltage?
- Etableringen og driften af Place de Bleu - hvilke udfordringer har man mødt – og er der fortsat udfordringer? Hvad betyder de juridiske og samfundsmæssige rammer for mulighederne for at etablere et fleksibelt arbejdsmarked?

Evalueringen afsluttes med en række fremadrettede anbefalinger i forhold til målgruppen for forløbet og etableringen af fleksible arbejdspladser for udsatte borgere.

### 2.1 Baggrund

Projektet blev initieret af tre aktører inden for socialt arbejde i København, nemlig de tre væresteder på Nørrebro og i Nordvest for kvinder med anden etnisk baggrund end dansk: Indvandrer Kvindecenteret, FAKTI og Kringlebakken. Projektet fokuserer på den gruppe af kvinder, som er i risiko for eller har mistet deres kontanthjælp som følge af 450 timers reglen<sup>2</sup>. Fra 1. juli 2011 bliver 450-timersreglen ændret til en 225-timers-regel, så man efter at have modtaget kontanthjælp i et år skal dokumentere, at man har haft 225 arbejdstimer inden for 12 måneder. Det svarer til seks ugers arbejde på fuld tid eller cirka fem timer om ugen i et år.

Kendetegnende for denne gruppe af kvinder er, at de har begrænsede dansk kundskaber, ingen eller lille erfaring med det danske arbejdsmarked og typisk har helbredsmæssige problemer, der vanskeliggør ansættelse på normale vilkår.

Tanken er derfor at skabe en fleksibel arbejdsplads, der på den ene side kan hjælpe kvinderne med at øge deres arbejdsmarkedsparathed og på den anden side sikre, at de ikke falder ud af kontanthjælpssystemet.

<sup>1</sup> Jf. projektansøgning til det lokale beskæftigelsesråd, side 3

<sup>2</sup> Pr. september 2008 vedtog regeringen med støtte fra Dansk Folkeparti at hæve kravet for at fastholde kontanthjælp fra 300 timer til 450 timers arbejde inden for en toårig periode. Det betyder, at ægtepar, der modtager kontanthjælp, hver skal arbejde 450 timer inden for to år for at modtage kontanthjælp. Reglen omfatter også ægtepar, hvor den ene ægtefælle er i ordinært arbejde, og hvor den anden modtager kontanthjælp. Det betyder, at ægtefællen på kontanthjælp fremover også skal opfylde 450 timers kravet for ikke at miste kontanthjælpen. 450 timers arbejde svarer til 12 uger med fuldtidsarbejde om året.

Forud for projektetableringen blev der udarbejdet en analyse af etniske minoriteters beskæftigelse, ledighed og iværksætteri i Københavns Kommune samt en analyse af vilkår og juridiske barrierer for samme gruppe. Disse analyser dannede bl.a. grundlaget for beslutningen om at danne en socialøkonomisk virksomhed.

## 2.2 Formål med projektet

---

Formålet med projektet er dels at afprøve forretningsmodeller for socialøkonomisk virksomhed, dels at få erfaringer med et fleksibelt arbejdsmarked, hvor man indretter en arbejdsplads, der kan honorere de ønsker og begrænsninger, som målgruppen for arbejdstagere har.

Konkret omfatter projektet etableringen og driften af en socialøkonomisk virksomhed, som producerer accessories og boliginteriør i et design, der kombinerer dansk design med design og håndarbejds traditioner fra kvindernes hjemlande. Projektet er centreret omkring systue og butik i lokaler på Blågårds Plads på Nørrebro i København. Projektet har fået støtte af det lokale beskæftigelsesråd i Københavns Kommune og Ministeriet for Flygtninge, Indvandrere og Integration.

Der gennemføres i løbet af projektperioden tre kursusforløb af tre måneders varighed med det formål at opkvalificere de deltagende kvinder inden for syning, håndarbejde og danskkompetencer samt øge kvindernes arbejdsmarkedsparticipation. Derudover er formålet at give kvinderne en meningsfyldt hverdag og give dem en chance for at vise deres værd. Derved styrkes den enkelte kvindes selvtillid og selvværd, hvilket kan give motivation til at forbedre egen livssituation.

Forud for projektet blev der opstillet succeskriterier for projektet, og denne evaluering undersøger bl.a., hvorvidt projektet lever op til disse målsætninger.

Målsætninger i forhold til deltagergruppens sammensætning:

- Målgruppen er kvinder med anden etnisk baggrund end dansk med ringe eller ingen tilknytning til arbejdsmarkedet, typisk i matchgruppe 2 og 3 og på kontanthjælp (eller andre former for overførselsindkomster). Mindst 24 af deltagerne bør opfylde dette krav.
- Projektet søger at rekruttere kvinder, der er i fare for at falde for 300/450 timers reglen.
- Mindst 30 kvinder i målgruppen bliver visiteret til et kursusforløb i Place de Bleu.
- Mindst 10 af disse 30 kvinder bør fuldføre kursusforløbet.
- Projektet sigter mod førstegenerationsindvandrere i alderen 25-55 år.
- Endvidere forventes det, at mindst 10 kvinder efter endt kursusforløb vil være motiveret for at arbejde i en socialøkonomisk virksomhed.

Målsætninger i forhold til deltagernes udvikling:

- Opkvalificering inden for håndarbejdsfaget
- Forbedrede dansk kundskaber
- Øget kendskab til vilkårene på det danske arbejdsmarked
- Blødere effekter såsom større selvværd, større motivation og forbedrede sociale evner.



Målsætninger i forhold til driften af en socialøkonomisk virksomhed:

- Udarbejde en forretningsplan, der på sigt kan gøre virksomheden rentabel
- Skabe et tilbud på kommerciel basis
- Udvikle fleksible praktik- og arbejdspladser for marginaliserede kvinder
- Udvikle nye partnerskabsformer mellem private, sociale og offentlige aktører

### **2.2.1 Metoder og datakilder**

---

Evalueringen er gennemført på baggrund af flere forskellige datakilder. Der er gennemført to gruppeinterview med deltagerne i projektet. Disse foregik med en tolk. Der deltog hhv. fire og fem kvinder i de to interview. Interviewene fokuserede på at afdække kvindernes forudsætninger og motivation for beskæftigelse, deres vurdering af forløbet og forventninger til fremtiden.

Desuden er den daglige leder interviewet samt den ansvarlige for systuen. Endelig er der gennemført interview med repræsentanter for bestyrelsen og for netværksgruppe.

Derudover bygger evalueringen på deltagerdata indsamlet af projektledelsen i forbindelse med de tre kursushold. Projektledelsens statusrapporter til det lokale beskæftigelsesråd ligger også til grund for evaluering, ligesom projektets egne analyser og notater er inddraget.



## 3. Målgruppen

I dette afsnit evalueres projektets resultater i forhold til deltagergruppen. Overordnet evalueres resultaterne ud fra to spørgsmål:

1. Er kriterierne i forhold til deltagergruppens sammensætning opnået?
2. Er målene for deltagernes udvikling opnået?

### Mål til deltagergruppens sammensætning

Før projektets start blev der opstillet følgende kriterier til sammensætningen af målgruppen:

- Målgruppen er kvinder med anden etnisk baggrund end dansk med ringe eller ingen tilknytning til arbejdsmarkedet, typisk i matchgruppe 2 og 3 og på kontanthjælp (eller andre former for overførselsindkomster). Mindst 24 af deltagerne bør opfylde dette krav.
- Projektet søger at rekruttere kvinder, der kan blive eller er ramt af 300/450 timers reglen.
- Mindst 30 kvinder bliver visiteret til et kursusforløb i Place de Bleu.
- Mindst 10 af disse 30 kvinder bør fuldføre kursusforløbet.
- Projektet sigter mod førstegenerationsindvandrere mellem 25-55 år.
- Endvidere forventes det, at mindst ti kvinder efter endt kursusforløb vil være motiveret for at arbejde i en socialøkonomisk virksomhed.

### Mål til kvindernes udvikling

Formålet med projektet er bl.a. at udvikle kvindernes arbejdsmarkedsparathed. Kriterierne for øget arbejdsmarkedsparathed måles ud fra følgende mål:

1. Opkvalificering inden for håndarbejdsfaget
2. Forbedrede dansk kundskaber
3. Øget kendskab til vilkårene på det danske arbejdsmarked
4. Blødere effekter som øget selvværd, større motivation og forbedrede sociale evner.

## 3.1 Grupper af kursister

---

Der har i projektperioden været kvinder tilknyttet Place de Bleu på forskellig vis. Overordnet kan man opdele de tilknyttede kvinder i tre grupper:

### 1. Kursister

Denne gruppe af kvinder deltager i projektet som kursister i et tre måneders forløb, hvor hovedformålet er at styrke kvindernes kompetencer inden for håndarbejde og dansk samt give kvinderne en større forståelse for at indgå på en dansk arbejdsplads. Kursisterne har deres daglige gang i butikken/systuen på Blågårds Plads.

## 2. Frivillige og praktikanter

Gruppen af frivillige og praktikanter dækker over kvinder, der har tilknytning til projektet på andre vilkår end kursisterne. Det drejer sig hovedsagligt om kvinder, der har fuldført kurset, men som ønsker at bevare en tilknytning til projektet. Kvinderne i denne gruppe fortsætter enten i systuen som frivillige eller i virksomhedspraktik som en del af deres aktivering i jobcentret. En gruppe af kvinderne er ydermere efter endt opkvalificering blevet ansat i projektet på fleksible vilkår eller med løntilskud.

Projektet har etableret et samarbejde med Jobcenter Musvågevej og forskellige eksterne leverandører i beskæftigelsesindsatsen om praktikpladser. Ca. 20 procent af de kvinder, som projektet har haft tilknytning til, er visiteret til praktikforløb i projektet fra jobcentret eller fra en ekstern leverandør.

## 3. Strikkekoner

Denne gruppe kvinder er tilknyttet projektet som strikkekoner eller ”freelancere”. Det betyder, at kvinderne får afgrænsede opgaver af Place de Bleu og så typisk sidder hjemme med disse konkrete håndarbejdsopgaver fx strikke- eller hæklearbejde. Kvinder aflønnes pr. afleveret opgave. De har ikke nogen fast tilknytning til de fysiske rammer på Blågårds Plads og har heller ikke nødvendigvis deltaget som kursister. De kommer dog i systuen/butikken for at få og aflevere opgaver, samt evt. få støtte. Desuden deltager strikkekonerne i de sociale aktiviteter, såsom sommer- og vinterfest, tager med på ture osv.. Strikkekonerne giver udtryk for, at de ønsker en tættere tilknytning til stedet og flere planlægger at deltage som kursist i efteråret 2011.

## 3.2 Kursusforløb

Projektet har siden sin start i 2010 haft tre kursusforløb (forår 2010, efterår 2010 og forår 2011). Tabellen herunder viser deltagerne på de tre forløb. De to første kursusforløb havde en fast startdato for alle kursister, men fra januar 2011 har man i højere grad arbejdet med et løbende indtag af kursister, efterhånden som de har henvendt sig til projektet.

	Forår 2010	Efterår 2010	Forår 2011
<b>Kursister</b>			
Antal	12	7	4
Antal fuldførte	8	6	Uafsluttet
<b>Frivillige/praktikanter</b>			
Praktikanter	5	1	3
Frivillige	6	9	9
Strikkekoner	11	2	8

Kilde: New Insight baseret på materiale fra Place de Bleu

Mens tallene for kursisterne gælder for hvert hold, skal tallene vedr. frivillige og strikkekoner læses som nytilkomne, så projektet altså i foråret 2011 er oppe på ca. 21 strikkekoner. Heraf udgør otte-ti kvinder den faste kerne, mens de øvrige kan kontaktes efter behov.

Som det fremgår af tabellen, har i alt 23 kvinder deltaget i kursusforløbet på de tre første hold (de to første rækker i tabellen). Det betyder således, at minimum syv

kvinder skal deltage i efterårets fjerde og sidste kursusforløb for, at projektet lever op til målsætningen om, at 30 kvinder visiteres til kurset. På de to første hold har 14 ud af 19 fuldført kurset. Succeskriteriet er, at ti kvinder ud af de 30 visiterede gennemfører forløbet, så projektet opfylder i høj grad dette kriterium.

Over halvdelen af deltagerne i kurset har efter endt kursusforløb fortsat deres tilknytning til projektet som enten praktikant, frivillig eller som beskæftiget. Derudover har en del af de kvinder, som er tilknyttet projektet som strikkekoner, ønsket at blive tilknyttet stedet mere fast. De giver udtryk for, at det ville være gunstigt, hvis der var flere bestillingsopgaver.

En del af disse kvinder er i butikken som frivillige.

### 3.3 Kendetegn ved deltagerne

---

I alt har 54 kvinder været tilknyttet projektet siden foråret 2010. Kvindernes tilknytning til projektet varierer i længde og intensitet. Et kursusforløb varer i udgangspunktet 12 uger, og målsætningen er, at kursisterne skal deltage mellem 15 og 20 timer om ugen. Hvor mange timer kursisterne i praksis deltager/arbejder afhænger af deres helbred, ressourcer og livssituation.

Projektet har løbende indsamlet viden om kursisterne – herunder kendetegn for kvinderne. Det er således bl.a. den viden, som præsenteres her suppleret med interview med kvinderne.

Kvinderne tilhører i stort omfang den tilsigtede målgruppe, dvs. kvinder med anden etnisk baggrund end dansk og med lille eller ingen tilknytning til det danske arbejdsmarked. Omkring halvdelen af deltagerne modtager kontanthjælp. Derudover er der enkelte på dagpenge, omkring en femtedel på sygedagpenge mens andre igen er selvforsørgende. Mange af deltagerne har problemer med helbredet (typisk smerter i bevægeapparatet grundet fx gigt og nedslidning) og en andel kæmper med depressioner.

*Det [Place de Bleu] er en lille dråbe af håb for at kunne komme i gang. I tre år har vi levet af min mands indkomst [han er førtidspensionist]. Vores husleje er 9.000 kr., og min mand tjener 7.500-8.000 kr., og vi har tre børn. (Kvinde tilknyttet Place de Bleu)*

I forhold til ønsket om at få fat i kvinder, der var faldet for eller er i risiko for at falde for 225/300/450-timers reglen, viser oversigter fra projektet, at tre kursister er faldet for reglen. To af disse kursister har via tilknytningen til Place de Bleu formået efter fratagelsen af deres kontanthjælp at arbejde de påkrævede timer og så således til at kunne få kontanthjælp igen.

Interviewene med kvinderne viser imidlertid, at en meget stor andel af dem er i risiko for at miste kontanthjælpen. Dette ses bl.a. ved, at meget få af kvinderne i perioden op til deres deltagelse har været i beskæftigelse.

Der er en relativ stor overvægt af kvinder med tyrkisk og/eller kurdisk baggrund. Derudover stammer de fleste kursister fra Mellemøsten (inklusive Nordafrika), få fra det øvrige Afrika (Rwanda og Somalia), enkelte har østeuropæisk, sydamerikansk eller asiatisk baggrund.

De fleste af kvinderne har boet i Danmark i mere end ti år og er bosat på Nørrebro. Dog bor enkelte kursister så langt fra Place de Bleu's fysiske rammer som Hellerup og Dragør. De fleste af kvinderne er gift, har børn og er mellem 40 og 60 år. Aldersmæssigt er kvinderne således en smule ældre end hensigten, og projektet har ikke haft kursister yngre end 30 år. Forklaringen på dette kan bl.a. findes i, at de yngre kvinder oftere klarer sig bedre på arbejdsmarkedet og bl.a. i langt højere grad end de ældre kvinder gennemfører en uddannelse. En anden forklaring kan være, at de yngre kvinder er hjemmegående med små børn, som ikke er i dansk institution.

Kvinderne har typisk meget begrænsede erfaringer med arbejdsmarkedet både i Danmark og fra deres oprindelsesland. De kvinder, som har været i beskæftigelse i Danmark, har fx gjort rent eller arbejdet i et køkken. Dog har deres helbred for en stor del af denne gruppe tvunget dem til at stoppe det typisk hårdt fysiske arbejde.

### Ud af isolation

Kvinde i 40'erne fra Nordafrika som er på vej ud af isolation på baggrund af projektet.

Hendes tid i Danmark har indtil nu været præget af, at hun ikke selv har kunnet bestemme over sin egen tilværelse. Hun har haft rengøringsjob, mens hendes yngste barn var helt spæd, men ellers ikke fundet den bro, der skal krydses for at blive en del af et meningsfuldt fællesskab.

Men nu lysner det. For første gang har hun vovet sig uden for Nørrebro, som er den eneste bydel, hun kender. Hun tog turen til Bellacenteret for at deltage i en stofmesse sammen med de andre kvinder. Det var en sejr for hende, og en endnu større sejr er det, at hun for første gang får lov at bruge sine evner til noget meningsfuldt – at hun har brudt isolationen og offerrollen og fået venner i Danmark, nemlig alle kvinderne på Blågårds Plads.

Hun arbejder 10-15 timer om ugen i Place de Bleus lokaler, hvor hun laver det smukkeste broderi med perler og pailletter i mange farver. Hendes produkter bliver solgt på blandt andet Louisiana, og hun kan stadig næsten ikke tro det, når hun ser, at det færdige resultat af hendes arbejde bliver værdsat og anerkendt.

*Baseret på casebeskrivelse udarbejdet af den daglige leder i Place de Bleu*

Der er stor forskel på kvindernes dansksproglige kompetencer. Enkelte er flydende i skrift og tale, men langt de fleste har store vanskeligheder ved at gennemføre en almindelig samtale på dansk. De fleste kvinder har været i Danmark i mere end ti år og kom således hertil, inden kravene til gennemførelse af danskprøve 1-3 blev indført. Andre kvinder er selvforsørgede og har gået hjemme med børn, hvilket har gjort det vanskeligt at følge undervisning fx på en sprogskole. Derfor har enkelte kvinder slet ikke modtaget danskundervisning, mens de har været i Danmark.

Ikke alle kursister føler sig klar til beskæftigelse - hovedsagligt på grund af helbredsproblemer. Kvinderne udtrykker ønske om deltids- eller flexjob og meget gerne inden for håndarbejdsfaget.

*Jeg kan arbejde 10 timer om ugen og nu er mit helbred det vigtigste. Jeg kan ikke engang støvsuge mere! Det gør min mand. Her strikker jeg, men nu går det meget meget langsomt. (Kvinde tilknyttet Place de Bleu)*

Overordnet er kvinderne meget glade for at komme i Place de Bleu. Dette bekræftes også af, at der er mange gengangere – dvs. at de kvinder, der gik på det første kursus i foråret 2010, i stort omfang stadig er tilknyttet projektet.

### **3.3.1.1 Rekruttering til projektet**

Til det første kursusforløb blev kursisterne primært rekrutteret via Frelsens Hær og Kirkens Korshær, som allerede havde etablerede strikkegrupper for kvinder i lokalområdet. Projektet har udarbejdet en brochure om forløbet. Denne findes bl.a. på jobcentret, bibliotekerne osv. Dog er det vurderingen, at den ikke har haft store betydning i forhold til rekruttering.

I projektets efterfølgende kursusforløb har rekrutteringen ikke i samme omfang været nødvendig, da kvinder selv er begyndt at henvende sig til Place de Bleu med ønske om at deltage i projektet. Rekrutteringen foregår nu mere via kvinderne, hvilket bl.a. også kan være med til at forklare overrepræsentationen af tyrkiske kvinder i projektet. Enkelte kvinder er blevet henvist til projektet af deres sagsbehandler i jobcenteret (Jobcenter Musvågevej).

Projektet havde oprindeligt et fast starttidspunkt for forløbene, men fra 2011 overgik projektet til løbende optag. Det er bl.a. begrundet i løbende henvendelser fra kvinder, som ønsker at deltage. Da kvindernes forudsætninger for deltagelse er meget varieret, vurderer evaluatoren, at det er yderst hensigtsmæssigt med dette fleksible optag på forløbet, således at kvinderne hurtigt kan få lov at starte og ikke skal vente længere tid på, at et nyt hold starter.

## **3.4 Effekter**

---

I projektets målbeskrivelse angives en række succeskriterier. Nogle af dem går på effekterne for deltagerne i projektet, som samlet set skal øge kvindernes arbejdsmarkedsparticipation. Disse er bl.a.:

1. Opkvalificering af håndarbejdsfærdigheder
2. Opkvalificering af danskfærdigheder
3. Større arbejdsmarkedsparticipation
4. 'Bløde effekter', fx øget selvværd, bedre sociale kompetencer

Da projektet retter sig mod kvinder i matchgruppe to og tre, er forventningerne ikke, at alle kursister kommer i ordinært arbejde efter endt opkvalificering, men derimod at de udvikler deres arbejdsmarkedsparticipation. Participationen udvikles bl.a. via ovenstående men også med den jobberfaring, som kvinderne får i Place de Bleu og de forventninger, som projektet stiller til deltagerne.

I det nedenstående kortlægges og evalueres de effekter, som projektet har haft på kort sigt. Da projektet pt. har været i gang i 1½ år, er det vanskeligt at evaluere de mere langsigtede effekter af projektet.

### **3.4.1 Håndarbejdsfærdigheder**

---

De tilknyttede kvinder har meget forskellige udgangspunkter i forhold til håndarbejdsfærdigheder. Enkelte af kvinderne kommer med en håndarbejdsuddannelse fra hjemlandet, nogle har erfaring fra produktion til husbehov, mens andre igen ingen erfaring har. Derfor er omfanget af og behovet for opkvalificering også meget individuelt.

Både de interviewede kvinder samt den ansvarlige for systuen fortæller, at arbejdet tager udgangspunkt i den enkelte kvindes evner og ressourcer. Der er dog ingen tvivl om, at mange af kvinderne kan håndarbejdsteknikker og bruger mønstre og farvesammensætninger, som er særlige for deres hjemland, eller som kun i meget begrænset omfang anvendes i Danmark.

#### **Eksempel på kvinde tilknyttet Place de Bleu**

Kvindelig kurder fra Tyrkiet, som længe har længe cirklet lidt rundt om systuen uden at finde mod til for alvor at træde over dørtærsklen. Hun havde været på besøg et par gange. Hun var deprimeret, sov meget og havde ingen energi til at trods den følelse af at være udenfor, som fyldte hendes liv. Men en dag blev systuen alligevel så tillokkende, at hun gik indenfor og viste os, hvad hun havde hæklet for mange år siden, da hun stadig boede i Tyrkiet. Det var meget fine ting, og vi fik hende i gang i en fart.

Hun blomstrede op. Hun fik brudt den nedadgående spiral og hægtet sig fast i livet igen. Helt enkelt: ”Jeg tæller bare masker 1-2-3-5”, som hun siger. Og i det ligger der, at hun nu producerer noget, som andre efterspørger. Det er meningsfuldt. Hendes mand anerkender hendes succes og siger: ”Det er godt. Du sover ikke mere. Du er glad. Det er lige meget med pengene. Bare bliv ved med at hækle.”

*Baseret på casebeskrivelse udarbejdet af den daglige leder i Place de Bleu*

Ved projektets opstart var indgået en samarbejdsaftale med CPH West (Uddannelsescenter København Vest) om et AMU-kursusforløb, der skulle give kvinderne mulighed for at få et formelt bevis på deres kundskaber.

Uddannelserne inden for tekstil og beklædning var i udbud i 2010, hvorfor det ikke var muligt for CPH West at udbyde et relevant AMU-kursus. Der arbejdes fra projektledelsens side på at få et bevisgivende kursusforløb etableret til kursusforløbet i efteråret 2011 enten udbudt af CPH West – som nu kan tilbyde VEU inden for tekstil- og beklædningsuddannelserne – eller udbudt af KEA (Københavns Erhvervs Akademi).

Projektets daglige ledelse har således selv stået for fagundervisningen. Denne er hovedsagligt blevet ledet af projektets systueansvarlige baseret på en kompetencebeskrivelse, som blev udarbejdet i samråd med CPH West. Da nogle af kvinderne har stor erfaring med syning eller har en relevant uddannelse fra oprindelseslandet eller fra Danmark, har en del af fagundervisningen foregået som side-mandsoplæring under supervision af designeren tilknyttet systuen. Denne mulighed for at lære fra sig har vist sig meget udviklende for den enkelte kvindes selv-værd og ansvarsfølelse.

*Du spørger, hvad har jeg lært, men du skal spørge, hvad har jeg givet. Jeg har arbejdet og jeg har designet, jeg er kommet med gode ideer. (Kvinde tilknyttet Place de Bleu)*

#### **3.4.2 Undervisning i arbejdsmarkedsdansk**

Et af formålene med projektet er at opkvalificere kvindernes danskkundskaber især med fokus på sprog og ordforråd, der bruges på arbejdsmarkedet. Som nævnt tidligere, så er kvindernes danskkundskaber meget differentieret, omend de fleste kun har meget begrænsede dansksproglige kompetencer. Dette kombineret med, at kvinderne generelt kun har en lille eller ingen arbejdsmarkedserfaring fra Danmark, betyder, at kvinderne stort set ingen kompetencer har i arbejdsmarkedsdansk.



I projektets opstartsfasen stod den daglige leder og til dels designeren i systemen for danskundervisningen, men med et ønske om et mere systemiseret forløb har projektet nu indgået et samarbejde med Daghøjskolen i Blågårdsgade. Der er regulær undervisning to timer om ugen med ønske om udvidelse, såfremt de økonomiske midler kan findes. Undervisningen foregår inden for rammerne af FVU (Forberedende Voksen Undervisning), og målet er at bringe kvinderne til eksamination. Tidligere forsøgte projektet at få kvinderne tilknyttet IA Sprogskole, men det var meget vanskeligt, da ikke alle kvinderne kan leve op til de krav, som Ministeriet for Flygtninge, Indvandrere og Integration har fastlagt. Ligesom det også var vanskeligt at nå de holdstørrelser, som var nødvendig. Projektet havde faktisk fået midler fra ministeriet til et samarbejde med sprogskolen, men de nævnte udfordringer betød, at midlerne ikke er blevet anvendt.

De enkelte undervisningsgange har haft forskellige arbejdsmarkedsrelaterede temaer, fx hvordan læser man en lønseddel.

I interviewene vurderer kvinderne, at de er blevet bedre til dansk. Arbejdsproget på Place de Bleu er som udgangspunkt dansk, og kvinderne får dermed trænet deres dansk, hvilket de ikke alle gør i deres ellers ret isolerede hverdag.

Det er vanskeligt for evaluatoren at vurdere progressionen i kvindernes dansk – dog kan det konkluderes, at en stor del af kvinderne fortsat kun i meget begrænset omfang kan føre en samtale på dansk og dermed fortsat er afhængig af tolkebistand. Den relative korte projektperiode taget i betragtning må man forvente, at progressionen er begrænset, idet det tager meget lang tid at lære dansk.

### **3.4.3 Større arbejdsmarkedskendskab**

---

Et af formålene med projektet er at give kvinderne mere viden og kendskab til arbejdsmarkedet.

Idet kursisterne har deres daglige gang i Place de Bleu, er de reelt tilknyttet en dansk arbejdsplads med dansk som arbejdsprog og danske arbejdsnormer. Kvinderne får her igennem indsigt i nogle af de sociale koder, der gælder på en dansk arbejdsplads.

*Jeg er glad. Jeg kan godt lide der her arbejde. Det er mit område. Jeg har før arbejdet på cafe, men der kunne jeg ikke rigtig finde mig selv. Her føler jeg, at jeg er mig: det her er mit område. (Kvinde tilknyttet Place de Bleu)*

Det var fra projektets start planen, at kvinderne skulle i erhvervspraktik hos lokale erhvervsdrivende og/eller iværksættere. Denne plan blev dog forkastet, da målgruppens behov for først og fremmest tryk, men også fleksibilitet i arbejdet og arbejdstiden er så stort, at en ekstern erhvervspraktik ikke vil kunne gennemføres med tilfredsstillende resultater for hverken den pågældende kvinde eller praktikstedet. Projektledelsen har i stedet søgt at opkvalificere den interne læring ved fx at indvie kvinderne i så mange sider som muligt af virksomheden (fx design, branding og salg). Desuden har kvindernes geografiske mobilitet også været meget begrænset. En række af kvinderne har ikke været uden for kvarteret, før de deltog i Place de Bleu.

Via Place de Bleu lærer kvinderne om virksomhedsøkonomi – bl.a. oplever de perioder med mange opgaver (og dermed større indtjening) og mere stille perioder. De lærer også om salg og branding. Kursisterne har blandt andet været på udflugt til håndarbejdsmesser, hvor deres produkter har været udstillet. Projektet

har bl.a. fungeret som underleverandør til børnetøjsfirmaet Katvig. Place de Bleu designede og producerede "show-items" og puder, som blev præsenteret på modemessen i København i august 2011. Her deltog kursisterne og fik selv set produkterne udstillet og oplevede, hvordan salg til forhandlere foregår.

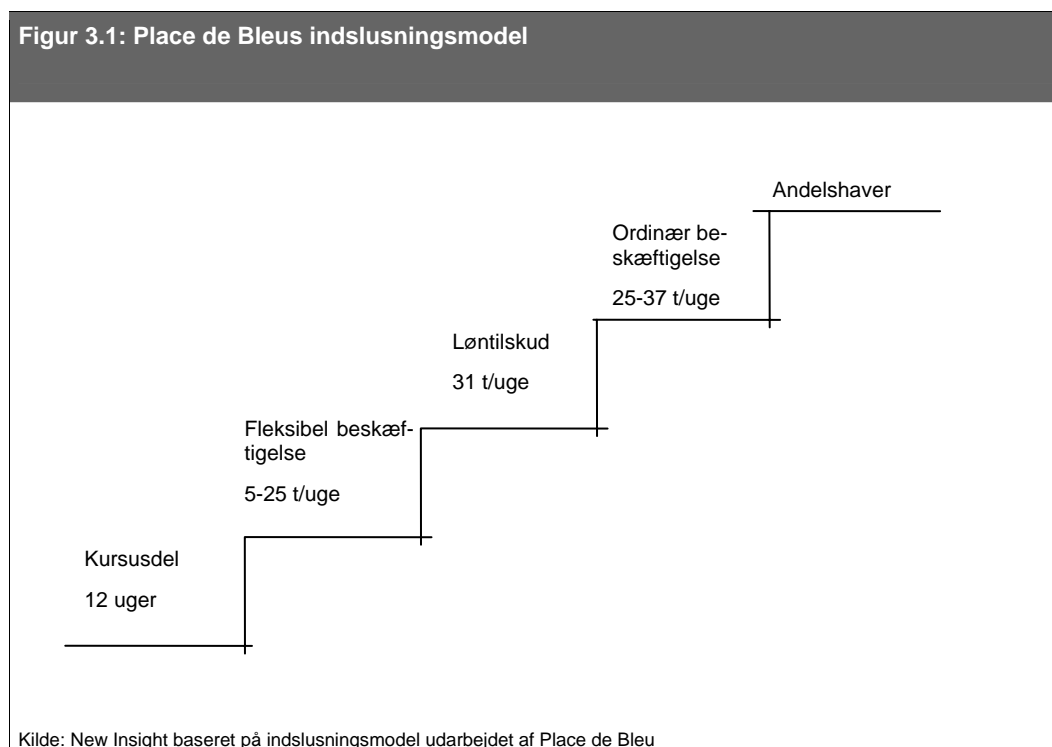
Den daglige leder har undervist kvinderne i små grupper (med tolk) om danske arbejdsmarkedsforhold, fx en gennemgang af lønsystemet og skatteforhold.

At Place de Bleu udover at være en socialøkonomisk virksomhed også er en "almindelig" dansk arbejdsplads viser sig fx ved, at Place de Bleu har haft besøg af en arbejdsmiljøkonsulent.

Den daglige leder har også forsøgt at få kvinderne til at gøre brug af muligheden for medarbejderindflydelse. Indtil videre foregår dette hovedsagligt relativt uformelt i forbindelse med frokosten. Efter planerne vil medarbejderdemokratiet blive formaliseret fremover i form af organiserede morgenmøder.

### 3.4.4 Kvindernes socioøkonomiske status

Som allerede nævnt, er formålet med Place de Bleu at fremme kvindernes arbejdsmarkedsparathed og evt. skabe afklaring i forhold til kvindernes muligheder og barrierer. Place de Bleu har udviklet nedenstående indslusningsmodel med forskellige trin på vejen mod ordinær beskæftigelse.



Der er samlet op på de kvinder, som har afsluttet et forløb i projektet, og herunder gives et overblik over deres efterfølgende socioøkonomiske status. Der er ikke information om alle kvinderne, ligesom informationerne ikke nødvendigvis dækker hele den efterfølgende periode.

- Fire kvinder er kommet i ordinær beskæftigelse (uden for Place de Bleu)
- Seks kvinder er ansat på fleksible vilkår hos Place de Bleu
- To kvinder er ansat med privat løntilskud hos Place de Bleu

- To kvinder er blevet afklaret og tildelt et fleksjob
- En kvinde har efter forløbet været i praktik på en kommunal arbejdsplads
- To kvinder er fratrådt arbejdsmarkedet grundet alder
- Tre kvinder er midlertidigt udenfor arbejdsmarkedet grundet sygdom og barsel
- To kvinder er i uddannelse – den ene er tilmeldt sprogskole og modtager danskundervisning, mens den anden har genoptaget en handelsuddannelse
- En kursist modtager kontanthjælp og er ikke i aktivering

Derudover er 8-10 strikkekoner tilknyttet projektet. Dette kan være tidligere kursister, men tæller også andre kvinder. Blandt disse kvinder er ca. halvdelen endvidere tilknyttet projektet som frivillige: enten fordi de er sygemeldte og i overensstemmelse med jobcentret kommer for at afprøve deres arbejdsevnekapacitet, eller fordi de ikke tør modtage løn af usikkerhed for konsekvenserne for de ydelser, som de modtager fra kommunen. Strikkekonerne aflønnes pr. bestilling.

De kvinder, som projektet ikke har nogen information om, er typisk kvinder, som kom hos Place de Bleu måske et par uger, og derefter så projektet dem ikke mere. Det kan bl.a. skyldes, at forløbet ikke fangede deres interesse, at deres helbred ikke var godt nok til at deltage, eller at familien ikke ønskede, at kvinden skulle deltage.

Overordnet kan evaluator konkludere, at mange af kvinderne er kommet tættere på arbejdsmarkedet enten i praktik, løntilskud eller ordinær beskæftigelse. Ydermere er enkelte kvinder blevet afklaret (flexjob og pension).

### **3.4.5 Empowerment**

---

Projektet sigter mod en gruppe af kvinder, der har lille eller ingen tilknytning til det danske arbejdsmarked. Derfor er en del af målene at udvikle kvindernes arbejdsmarkedspartnerskab. Dette sker i form af de tre ovenstående mål, men handler også om at motivere den enkelte kvinde.

Projektets præmis går på, at kvinderne kommer tættere arbejdsmarkedet, hvis de oplever, at deres arbejdskraft er ønsket, at de får mere selvværd og får en øget mobilitet/får brudt isolationen. En del af kvinderne i projektet lever relativt isoleret, og en del af formålet med projektet er derfor også at bryde denne isolation.

Projektet har udarbejdet et forandringsmodel for forløbet, og her peges der bl.a. på, at kvindernes beskæftigelses- og uddannelsesmuligheder øges, når kvinderne bliver mere selvhjulpne, udvider deres netværk, bliver motiverede omkring deres fremtid samt får styrket deres selvværd<sup>3</sup>.

Håndarbejdsproduktion blev i sin tid valgt af projektledelsen ud fra en erkendelse af, at dette var noget, som mange kvinder i den pågældende målgruppe gerne vil beskæftige sig med samt har erfaringer med.

En del af konceptet er at indarbejde kvindernes egne produktioner i Place de Bleus design. Man opnår dermed en slags fusionsdesign, og kvinderne oplever anerkendelse for det, som de kan. Netop anerkendelse er en af grundstenene, når det handler om øget selvværd. Både den daglige leder, den systueansvarlige og kvinderne selv beretter om øget selvværd hos kvinderne. Kvinderne fortæller, hvordan de har

---

<sup>3</sup> Forandringsmodellen er præsenteret i bilaget til evalueringen.

ændret sig, og at de er meget stolte af deres arbejde. Mange af kvinderne kommer, selvom de er sygemeldte eller har helbreds-mæssige problemer fx smerter i skuldre, der vanskeliggør syarbejde. Kvinderne giver udtryk for, at arbejdet og den anerkendelse, der følger med, giver mere energi til dem selv og til deres familie. Kvinderne får mere overskud til deres børn – og allervigtigst så får børnene en rollemodel, idet deres mor nu er aktiv på arbejdsmarkedet, udadvendt og glad i hverdagen.

Adspurgte hvorfor de kommer hos Place de Bleu, svarer kvinderne, at det gør de, fordi det er et godt sted at være, at de føler sig trygge og ikke mindst, at arbejdet er ”et rigtigt arbejde”. Kvinderne giver således udtryk for, at de er stolte af deres arbejde og har fået et større selvværd, tro på egne evner og større motivation.

Hos kursisterne og de frivillige/praktikanterne lægger kvinderne især vægt på stoltheden og det at føle, at man er noget værd. Freelancerne giver udtryk for, at de kommer i projektet, fordi det giver adspredelse og afveksling i en ellers ret isoleret hverdag.

Det fremgår tydeligt i interviewene med kvinderne, at det er vigtigt for dem, at Place de Bleu er etableret som og også i praksis fungerer som en rigtig arbejdsplads og ikke som et aktiveringstilbud. Dette omfatter fx det klare formål at skabe designs, der holder rent markeds-mæssigt. At kvinderne oplever, at deres produkter bliver solgt i forskellige design- og boligindretningsbutikker, bliver udstillet på anerkendte museer samt får spalteplads i magasiner, giver kvinderne en stolthed. Endelig oplever kvinderne også, at der bliver stillet krav til dem. Det vurderer den ansvarlige for systuen har stor indflydelse på selvværdet.

Både kvinderne selv og projektledelsen fortæller, at flere kvinder har fået det bedre psykisk af at være tilknyttet Place de Bleu.

### **3.5 Fremtidsperspektiver for deltagerne**

---

Projektet sigter mod nogle af de kvinder i det danske samfund, der har sværest ved at opnå beskæftigelse, og forventningerne fra projektledelsens side er ikke, at kvinderne skal gå direkte ud i ordinært arbejde efter kursusforløbet. Projektet søger i stedet at afdække perspektiverne for ansættelse på fleksible vilkår og gerne hos Place de Bleu.

I første omgang må det understreges, at det er lykkedes for projektet at indfange den tilsigtede målgruppe. Det er ydermere lykkedes projektet at fastholde kvinderne i projektet samt at motivere dem til yderligere deltagelse/beskæftigelse i projektet.

Selvom projektet i høj grad har ramt den tilsigtede målgruppe, er der alligevel store individuelle forskelle på kvinderne, hvad angår forudsætninger for at indtræde på det danske arbejdsmarked. Nogle kvinder er blevet udsluset til regulært arbejde, mens andre er startet i flexjob, og andre igen er blevet ansat i Place de Bleu med løntilskud eller på fleksible vilkår, fx 5 timer om ugen. På den anden side står de kvinder med meget få ressourcer, der udover ringe dansk kundskaber og isolation også kæmper med et dårligt helbred og meget lidt overskud i hverdagen.

Projektets målsætning er at hjælpe kvinderne tættere på arbejdsmarkedet via trappe-modellen. Erkendelsen er, at det vil være vanskeligt for kvinderne at opnå be-

skæftigelse på almindelige vilkår og på fuld tid. Da kvindernes faglige og sproglige kompetencer er begrænsede, og da deres helbred ofte begrænser deres muligheder for at arbejde, er det endvidere for en stor dels vedkommende usandsynligt, at de vil kunne tjene meget mere end, hvad de modtager i kontanthjælp – denne udfordring vender vi tilbage til senere i evalueringen.

En anden faktor er, hvorvidt opkvalificering inden for håndarbejdsfaget er relevant i forhold til fremtidig beskæftigelse for kvinderne. Der er ingen grund til at betvivle, at kvinderne i stort omfang har fået en opkvalificering inden for håndarbejdsfaget. Dette ses bl.a. ved, at kompetencerne faktisk efterspørges af designere. Dog er det projektledelsens opfattelse, at kvinderne fortsat har gavn af at være tilknyttet Place de Bleu frem for en designer. Dette skyldes, at en række af kvinderne fortsat vurderes at være for sårbare til at kunne klare fx forhandlinger om priser og arbejdstider.

Spørgsmålet er også, om disse kompetencer reelt rykker kvinderne tættere på et regulært arbejde, da dette område er kendetegnet ved begrænsede muligheder for fast beskæftigelse. Således er beskæftigelsesmulighederne inden for fagområdet men uden for Place de Bleu relativt begrænsede for de fleste af kvinderne. Omvendt får kvinderne konkret arbejds erfaring, indsigt i dansk arbejdspladskultur og en reference, som kan være med til at åbne dørene på arbejdsmarkedet til anden ufaglært beskæftigelse. Og på nuværende tidspunkt er mulighederne for at få ansættelse i Place de Bleu gode.



## 4. Den socialøkonomiske virksomhed

Ideen til en socioøkonomisk virksomhed opstår, da tre væresteder på Nørrebro (IKC, FAKTI og Kringlebakken) oplever, at stramningerne i reglerne om kontanthjælp rammer en gruppe marginaliserede kvinder med anden etnisk baggrund end dansk. Denne gruppe af kvinder er langt fra at kunne opfylde kravene om 300/450/225-timers regulært ustyttet arbejde over en to/etårig periode, og derfor beslutter de tre væresteder i samarbejde at se på mulighederne for at hjælpe disse kvinder.

Resultatet bliver foreningen Qaravane, der arbejder for at fremme beskæftigelse blandt marginaliserede etniske minoritetskvinder. Strategisk arbejdes der i foreningen med dette, idet foreningen arbejder aktivt for at ændre bl.a. de juridiske rammer for beskæftigelse af marginaliserede grupper. På det konkrete plan arbejdes der med at fremme beskæftigelsen via etableringen af arbejdspladser i en socialøkonomisk virksomhed.<sup>4</sup>

Place de Bleu er en socialøkonomisk virksomhed, der giver kvinderne mulighed for opkvalificering og arbejde på fleksible vilkår. Virksomheden producerer design inspireret af etniske håndarbejds traditioner, -mønstre og -teknikker inden for boliginteriør og tilbehør.

I denne del af evalueringen bliver Place de Bleu evalueret i forhold til målsætningerne for en socialøkonomisk virksomhed. Erfaringerne om at starte en socialøkonomisk virksomhed beskrives, og slutteligt opridses udfordringerne for Place de Bleu specifikt og for socialøkonomiske virksomheder generelt.

### 4.1 Det socialøkonomiske aspekt

Der er i Danmark ikke mange erfaringer med socialøkonomiske virksomheder af denne art, hvorfor en definition af en socialøkonomisk virksomhed ikke nødvendigvis ligger helt fast. Dog er der nogle gennemgående karaktertræk:

- Virksomheden skal have et socialt, sundheds- og/eller miljømæssigt formål
- Virksomheden skal have en virksomhedsøkonomisk basis med salg af ydelser og/eller produkter
- Eventuelt overskud skal geninvesteres i virksomheden og dens formål
- Innovation herunder nye produkter, ydelser eller nye måder at involvere samarbejdspartnere
- Brugerinvolvering og lokal forankring<sup>5</sup>

#### 4.1.1 Det socialøkonomiske aspekt i Qaravane og Place de Bleu

Der kan identificeres en række aspekter i hhv. Qaravane og Place de Bleu, som er af socialøkonomisk karakter. En række af disse aspekter er direkte indskrevet i vedtægterne for Qaravane og Place de Bleu.

<sup>4</sup> Place de Bleu: Notat om Qaravane og Place de Bleu

<sup>5</sup> [www.socialokonomi.dk](http://www.socialokonomi.dk)

Place de Bleu har et klart defineret socialt formål - nemlig at fremme integrationen bl.a. ved at hjælpe indvandrerkvinder til at få fodfæste på det danske arbejdsmarked. Dette sker ved at hjælpe kvinderne til selvforsørgelse, delvis selvforsørgelse eller opkvalificering. Midlet til at nå dertil er etablering og drift af en virksomhed. Grundstenen i virksomheden er produktion og salg af håndarbejdsprodukter. Endvidere vil evt. overskud i projektet fra salg af produktion blive geninvesteret i projektet. Place de Bleu er stadig i opstartsfasen og har endnu ikke genereret overskud.

Det socialøkonomiske aspekt ses også i relationerne til andre private virksomheder. Bl.a. har Kvadrat og Katvig doneret materialer til Place de Bleu.

Projektet arbejder på forskellig vis med at involvere brugerne. Som det er nævnt andetsteds, er kvinderne inddraget i udviklingen af produkter og i begrænset omfang også i salget af varerne.

Projektets sociale sigte skal forstås på den måde, at man har skabt en arbejdsplads med fleksible vilkår, som gør det muligt for ressourcetsvage og marginaliserede kvinder at arbejde i virksomheden.

Endelig har projektet også på et mere strategisk og overordnet niveau inkorporeret det socialøkonomiske aspekt. Qaravane arbejder på at sætte fokus på rammerne for iværksætter og beskæftigelse på alternative vilkår for marginaliserede grupper.

## 4.2 Etableringen af Place de Bleu

---

Oprindeligt var ideen at skabe et korporativ, hvor målgruppen kunne være anpartshavere. Dog viste en af projektets to foranalyser, at der var for mange barrierer ved denne konstruktion. Hovedproblematikken var, at det ikke er muligt at kombinere kontanthjælp med selvstændig virksomhed.

Den daglige leder fortæller, at ideen om et kommercielt baseret tilbud udvikler sig på baggrund af en ide om at producere "burkinier", dvs. en svømmedragt, som lever op til de traditionelle muslimske skikke om kvinders påklædning. Denne ide bortkastes dog, da en markedsanalyse viser, at markedet for burkinier ikke synes stort nok til at drive en produktionsvirksomhed på kommerciel basis. I denne fase med udvikling af en forretningsplan blev også mobile systuer og bl.a. syning af yoga-måtter overvejet.

Projektet ender med at fokusere på håndarbejde og etablering af en systue, hvor kvinderne kan arbejde og blive opkvalificeret inden for håndarbejde. Valget af håndarbejdsfaget sker hovedsagligt, fordi de involverede aktører har erfaring med, at mange kvinder i målgruppen gerne vil have kompetenceudvikling inden for dette område.

Det er dog af allerhøjeste vigtighed for initiativtagerne, at systuen skal producere noget salgbart og ikke blot være et aktiveringssted, hvor kvinderne kan producere uden henblik på salg, hvorved arbejdet for den enkelte hurtigt kan miste sin mening. Derfor prioriterer initiativtagerne at få professionelle designere og håndarbejdsuddannede ind over arbejdet, således at kvalitet og markedspotentiale sikres. Gangbarheden af konceptet om et kommercielt baseret tilbud afhænger af, hvorvidt virksomheden (på sigt) kan blive rentabel. Det kan diskuteres, om det reelt er



muligt for socialøkonomiske virksomheder som Place de Bleu at opnå fuldstændig økonomisk uafhængighed og dermed være drevet udelukkende på markedsvilkår, eller om det offentlige skal støtte virksomheder, som bidrager til at løfte en samfundsmæssig opgave i relation til fx kvinderne i dette projekt.

Systuen etableres i lokaler på Blågårds Plads. Dette sker blandt andet, fordi projektet ønsker en lokal forankring. Fra de tre væresteders sociale arbejde har initiativtagerne været i kontakt med en del kvinder i målgruppen, som netop bor i området omkring Blågårds Plads. Målgruppen anses som svær at få kontakt med, og uden de tre væresteders forankring på Nørrebro og i Nordvest og kendskab til kvinderne havde rekrutteringen til specielt første kursushold været vanskeligere. Det forventes ydermere, at det er lettere at fastholde deltagerne i projektet, når dets fysiske omgivelser er i deltageres nærmiljø.

Desuden giver lokalerne på Blågårds Plads mulighed for at oprette en butik i forbindelse med systuen, hvilket ligger i tråd med det oprindelige ønske om at inddrage kvinderne i salg og markedsføring.

### 4.3 Organiseringen

---

Da ideen om et kooperativ blev forkastet, og der bliver satset på at danne en socialøkonomisk virksomhed, blev det besluttet, at virksomheden skal ledes af en forening. Foreningens navn er Qaravane, og denne ledes af en bestyrelse bestående af syv medlemmer. I opstartsfasen var der ligeledes en styregruppe, men da der var en stor grad af personsammenfald mellem bestyrelse og styregruppe, nedlagde man styregruppen og fokuserede på bestyrelsen.

I dag er der en daglig leder af projektet, ligesom bestyrelsen står for den strategiske ledelse. Der er inden projektets opstart mange overvejelser om, hvilken daglig ledelse der er brug for. Er der behov for en person med stor erfaring med administration, og som har forståelse for, hvad det vil sige at arbejde med en socialt udsat og marginaliseret gruppe? Er det snarere en person med iværksættererfaring, der er brug for? Eller skal fagligheden og designet have topprioritet?

Ud fra en betragtning om, at det er det kommercielle fundament, der er i højsæde, satses der fra begyndelsen på en person med erfaring som iværksætter og med en designerbaggrund.

I begyndelsen består den daglige ledelse således af én leder, men det viser sig hurtigt, at der også er behov for en administrativ og en socialpædagogisk ledelse samt en mere kreativ orienteret leder. Dette skyldes arbejdspresset, men også behovet for en kombination af kompetencer, som er meget svær at finde hos én enkelt person.

Der har været nogle udskiftninger i den daglige ledelse, hvilket naturligt har påvirket opstartsfasen. Den nuværende ledelse består af en daglig leder (administrativ leder) og en systueansvarlig.

I oktober 2010 ansatte Place de Bleu en professionel sælger på deltid, der skal hjælpe virksomheden med at udvikle og professionalisere dets brand samt formidle virksomheden og dens produkter til diverse salgskanaler fx gennem messer og modeblade. Hun er stoppet grundet manglende finansiering på daværende tidspunkt, og fra maj til august 2011 er der hyret en forretningscoach med fokus på

organisation og udvikling. Hun har bl.a. udviklet fire klare linjer af produkter, som Place de Bleu sælger, og der er på den baggrund udarbejdet et meget overskueligt og professionelt katalog, som præsenterer Place de Bleus sortiment.

### **4.3.1 Fremtidige planer for organiseringen**

---

I projektledelsen arbejder man løbende på at forbedre ledelsen samt tilpasse den til projektet og dets udvikling. Evalueringen viser, at det er en god ide at afdække det konkrete behov for, hvilken type af leder der er det optimale. Nu har Place de Bleu en konstruktion, hvor der er to ledere med hvert deres område – et administrativt/dagligt og kreativt suppleret med ekstern konsulentbistand til forretningsdelen – er med til at sikre et differentieret fokus.

I øjeblikket overvejes at slanke bestyrelsen til fem medlemmer og satse mere på en arbejdende bestyrelse, som både tager beslutninger og aktivt deltager i at få dem gennemført. Dette skyldes bl.a. også et ønske fra bestyrelsen om en klarere fremadrettet strategi for Place de Bleu.

Der er desuden planer om at skabe et advisory board med designkyndige med erhvervserfaring som sparringspartner for den systueansvarlige. Et advisory board vil udover at kunne støtte den kreative udvikling af produkterne, og dermed fremtidssikre og fastholde projektets markedspotentiale, også kunne skabe opmærksomhed omkring Place de Bleus produkter.

Endelig har bestyrelsen overvejelser om organisatorisk at adskille Place de Bleu fra Qaravane. Således at Qaravane fremover vil kunne fokusere mere og mere på det strategiske arbejde med at forbedre vilkårene og mulighederne for fleksible ansættelser og herunder også vil kunne søge økonomiske midler til at konkretisere dette arbejde. For Place de Bleus vedkommende kan der blive tale om at organisere det som et andelsselskab med begrænset ansvar (a.m.b.a.) eller som et anparts-selskab (ApS). Det kræver bl.a., at det bliver muligt at finde en selskabsform for Place de Bleu, som er realistisk og økonomisk rentabel.

En anden fremtidig organisatorisk udfordring og overvejelse er overvejelser omkring fusionsmulighederne med andre lignende foretagender. Det vil skabe mulighed for at have ”satellit”-systuer rundt omkring. Det kunne øge kapaciteten markant og dermed også produktiviteten, men der ligger også nogle administrative og ledelsesmæssige udfordringer – hvordan skal det styres? Hvordan skal kvinderne ind i projektet?

## **4.4 Udvikling af produkter**

---

Da projektets fundament er kommercielt, er produkternes markedspotentiale centralt. Det har derfor fra starten været projektets mål at skabe produkter af høj kvalitet og med et unikt design.

Det er vigtigt for projektledelsen, at Place de Bleu markedsfører sig på noget andet. Den gode historie om indvandrerkvinder, der syer, gør det ikke alene, og man har derfor valgt at satse på dansk design inspireret af etniske håndarbejdsstraditioner, -mønstre og -teknikker. Samtidig har man fra ledelsens side valgt at satse på et eksklusivt design i en relativ høj prisklasse.

Priserne befinder sig altså i den høje ende, hvilket også er et bevidst valg for ikke at blive anklaget for konkurrenceforvridning og for at signalere de høje krav til

deltagerne og dermed, at her er tale om reelt arbejde, som afhænger af kvindernes indsats. Det vurderes dog fra flere sider, at priserne svarer til markedets priser for tilsvarende produkter – enkelte vurderer tilmed, at priserne ligger i den øvre del af markedet.

Udviklingen af produkter foregår fx ved, at kvinderne kommer med deres egne produkter, det være sig fx duge eller hæklede kanter, hvorefter den systemansvarlige i samspil med kvinder ideudvikler. Et eksempel på et produkt, som har fået nyt liv, er hæklede kanter, som kvinderne selv bruger til fx duge eller håndklæder, men som i Place de Bleu bliver designet om til armbånd eller som kanter på kjoler. Et andet eksempel på produktudvikling er, at kvinderne selv har udviklet forskellige produkter, herunder pudedesigns ud fra tekstiler doneret af Katvig.

*Det skal være høj kvalitet for, at denne gruppe kvinder bliver synlige. Projektet overlever på opmærksomheden udefra. Vi vil ikke være et værested, der lukker sig om sig selv og bliver opbevaringssted. (Den systemansvarlige hos Place de Bleu)*

Det første produkt, der blev skabt i Place de Bleu var de såkaldte stjernepuder, som er en moderne marokkopude i god kvalitet med et stjerneformet mønster i farvekombinationer, der forbindes med kvindernes oprindelseslande. Netop denne stjernepude er blevet Place de Bleus kendetegn. Mønstret er blevet overført til flere forskellige andre produkter.

Som nævnt er der blevet udarbejdet en produktmappe med fire overordnede projektlinjer:

- Grand Bleu – som dækker over bestillingsopgaver, der udføres for forskellige designere og kunstnere. Eksempler på produkter i denne kategori er bl.a. opgaver for følgende:
  - Designer Yvonne Koné
  - Designer Mette Nielsen, Random Luxury. Place de Bleu håndbroderer en julekalender
  - Børnetøjsfirmaet Katvig
  - Billedkunstner Iben Dalgaard
  - Designer Sabine Poupinel
  - Daisy Copenhagen
  - Møbelarkitekterne BudtzBendix; hynde til deres Towerchair
  - Kulisser til Heinrich-prisen
  - Indretning for Sundhedshuset, Nørrebro
  - Indretning for Arkitektur-værkstedet
- Petit Bleu – der bl.a. dækker over børnetøj, opbevaringskurve, halskæder og armbånd.
- Belle Bleu – tæller bl.a. tasker, punge, tørklæder og hæklede smykker
- Prima Bleu – denne produktlinje omfatter stjernepuderne i forskellige størrelser og farvekombinationer. Puderne er illustreret herunder.

Figur 4.1: Eksempel på puder  
*Place de Bleu Prima Bleu*



Kilde: Place de Bleu

Figur 4.2: Eksempel på opbevaringskurv  
*Place de Bleu Petit Bleu*



Kilde: Place de Bleu

## 4.5 Forretningsidé

---

Place de Bleu er en socialøkonomisk virksomhed, hvilket betyder, at det sociale tilbud bygger på en kommerciel basis. Derfor er spørgsmålet om, hvorvidt projektet er baseret på en forretningsidé med potentiale essentielt.

Projektledelsen har valgt at satse på kvalitetsdesign med inspiration fra kvindernes oprindelseslande. Dette brand har fået stor opmærksomhed, og Place de Bleus produkter er allerede blevet præsenteret i flere modemagasiner og forhandles i en række anerkendte designbutikker.

Man har fra projektledelsens side bevidst valgt en strategi med en relativ høj pris på varerne. Med dette valg undgår stedet beskyldninger om konkurrenceforvridning (price dumping), men signalerer også, at der er tale om kvalitetsarbejde. Markedsføringen som kvalitetsdesign har ydermere den effekt, at det er med til at understøtte kvindernes følelse af selvværd og af at have et ”rigtigt arbejde”.

Det er som nævnt et bevidst valg fra projektledelsens side at brande Place de Bleus produkter som kvalitetsprodukter i et lækkert design. Det er vurderet, at det er nødvendigt for at komme ind på markedet, men samtidig vurderer ledelsen også, at det er nødvendigt for projektets overlevelse. Produkterne og dermed projektet skal skille sig ud og få opmærksomhed, således at det bliver muligt at øge indtjeningen samt at rejse midler til stedets fortsættelse.

Der er forskellige kanaler, hvorfra Place de Bleus produkter bliver solgt. Der er butikken i sammenhæng med systuen på Blågårds plads, men det er begrænset, hvor meget der bliver solgt i butikken. Det er der flere årsager til - bl.a. ligger produkterne generelt i et højt prisleje, som ikke tiltrækker de lokale handlende, dels fylder produktionen meget i lokalerne og gør det vanskeligt at få plads til en ”butik” og endelig er det ikke muligt med salgspersonale i fuld åbningstid.

Derudover er der butikker, der køber produkter og sælger dem videre. Det drejer sig primært om mindre designbutikker og livsstilsbutikker i København – såvel onlinesalg som fysiske butikker. Herunder er eksempler på butikker, der sælger varerne:

- Louisiana Museum of Modern Art
- AROS
- Engleskyts
- Stilleben
- LIEBE
- LEAH MARIA
- ENULA 9
- Petit Calin
- MAUR
- Frölich
- BRICK LANE
- LISA BUHL
- Magasin du Nord
- Netbutikken [www.mormor.nu](http://www.mormor.nu)

I forhold til det socialøkonomiske aspekt lægges der af projektledelsen vægt på, at kvinderne inddrages i produktion, design, salg og markedsføring. Opfyldelsen af disse mål er lykkedes i forskelligt omfang. Kvinderne er i stort omfang inddraget i produktionen og i designfasen. Den ansvarlige for systuen tager udgangspunkt i kvindernes egne produkter og skaber i samarbejde med kvinderne et salgbart design. Omvendt er kvinderne ikke i noget nævneværdigt omfang blevet inddraget i selve salgs- og markedsføringsprocessen, men er i høj grad med i prisfastsættelsen, da produkternes pris afspejler den tid, som kvinderne skal bruge på at fremstille produktet. Dette skyldes hovedsagligt, at butikken og salget på Blågårds Plads ikke har haft en fremtrædende rolle, og kvinderne har således ikke kunne opøve og tilegne sig kompetencer inden for salg og service.

#### **4.5.1 Markedsføring**

---

I projektets statusrapporter til det lokale beskæftigelsesråd fremgår det, at et af succeskriterierne er, at projektet løbende opnår presseomtale samt videreformidler erfaringerne fra projektet.

Dette element er i høj grad opfyldt, idet Place de Bleu har fået en hel del presseomtale. Omtalen har dels taget udgangspunkt i produkterne og designet hos Place de Bleu – i livsstilsmagasiner, bolig- og dameblade – dels ideen og konceptet fx Center for Kultur og Oplevelsesøkonomi, i de store dagblade og i den lokale avis.

Desuden har lederen afholdt en række oplæg for forvaltninger, uddannelsesinstitutioner og andre projektmagere.

Der er udarbejdet en grafisk identitet for Place de Bleu med logo og bl.a. hjemmeside og fanside på Facebook. Dog er det begrænset hvor meget information, der aktuelt findes på Place de Bleus hjemmeside. Den fungerer primært som et visitkort for stedet. Til gengæld kan man på Qaravanes hjemmeside finde relevant materiale om projektet og baggrund for projektet, delanalyser mv.

Vurderingen fra ledelsen er, at markedsføringen af produkterne ikke har været tilstrækkelig struktureret og planlagt, og at man nu vil arbejde mere bevidst med at skabe en tydeligere profil for Place de Bleu. Dette er bl.a. sket ved, at der er blevet udarbejdet en produktoversigt. Endvidere vil bestyrelsen arbejde med at udvide med nethandel fra hjemmesiden.

## **4.6 Aflønning**

---

Projektet har – som nævnt i kapitlet om målgruppen – tilknyttet kvinder på forskellige ordninger. Dette ses også i de økonomiske relationer mellem kvinderne og Place de Bleu. Disse er udfordret af en række forskellige faktorer, som evalueringen her vil kortlægge.

Allerførst er det væsentligt at fastslå, at dette felt er meget problematisk og i høj grad optager både projektledelsen og ikke mindst kvinderne. Den daglige leder vurderer, at det potentielt kan udvikle sig til en så stor barriere, at det underminerer projektet. Denne vurdering bakkes op af repræsentanter fra såvel bestyrelse som netværksgruppe.

Personer på kontanthjælp skal som følge af 225/450 timers reglen arbejde ca. 6 uger om året for at opretholde retten til kontanthjælp. Dog er det begrænset, hvor meget de må tjene, før de får indtjeningen modregnet kontanthjælpen. I loven om

aktiv socialpolitik er der fastlagt et loft for indtjening for kontanthjælpsmodtagere<sup>6</sup>. For at sikre at kvinderne ikke modregnes i deres kontanthjælp, er timelønnen fastlagt til 14,57 kr., jf. Lov om Aktiv Socialpolitik. Det svarer til, at kvinderne – hvis de arbejder 37 timer om ugen – tjener ca. 2.331 kr.. Disse penge er skattepligtige. Denne sats gælder for de kvinder i projektet, som ikke er i fare for at miste deres kontanthjælp grundet 225-timers reglen.

For de kvinder, der allerede har mistet deres kontanthjælp eller er i risiko for at miste den, har Place de Bleu fastlagt en timeløn på 73,35 kr. Denne sats er aftalt med 3F og svarer til timelønnen for en voksenlærling. Satsen er bl.a. fastlagt ud fra hensyn til kvindernes stabilitet i fremmøde og produktiviteten. For disse kvinder sker der dog ligeledes en modregning i kontanthjælpen (hvis kvinden ikke har mistet denne). Disse penge bliver kvinden så efterfølgende beskattet af.

Endelig er der en mindre gruppe kvinder, som er tilknyttet projektet på frivillig basis. Nogle af disse kvinder har valgt at arbejde frivilligt, fordi de ikke tør at modtage en indkomst, da de er nervøse for, hvilken betydning det kan få for familiens samlede økonomi.

Strikkekonerne (strikkeklubben) aflønnes pr. produkt, som de afleverer.

Hvilke problematikker har Place de Bleu så oplevet i forhold til aflønningen:

- Der er utryghed blandt kvinderne omkring deres økonomiske situation, da de oplever, at de mister andre økonomiske støtteforanstaltninger.
- Kvinderne har meget vanskeligt ved at forstå, hvorfor de ikke kan tjene mere – det påvirker bl.a. motivationen for at være tilknyttet Place de Bleu.
- Den daglige leder samt bestyrelsen har brugt mange ressourcer på at finde mere holdbare løsninger.

Udfordringerne omfatter følgende aspekter:

1. Selv en meget begrænset indtjening indenfor timeloftet kan have meget store økonomiske konsekvenser for kvinderne.

Selvom Place de Bleu har taget højde for indtjeningsloftet, fortæller flere kvinder, at de har oplevet økonomiske konsekvenser af aflønningen. Dette skyldes blandt andet, at kvinderne ikke har oplyst til det rette sted, at de er begyndt at tjene penge; fx kan sagsbehandleren have fået besked, men ikke ydelsesservice, fordi kvinderne ofte ikke forstår forskellen på de to instanser. Eller at indtjeningen har influeret på størrelsen af fx økonomiske tilskud til medicin eller børneinstitutioner, fordi de rammer loftet over kontanthjælpen.

Fx er der kvinder, som modtager tilskud til medicin, og hvor deres arbejdskapacitet er meget svingende pga. sygdom. Disse kvinder er utrygge ved at modtage løn, fordi de frygter at miste medicintilskuddet. For hvad så næste måned, når de måske ikke har det fysiske og psykiske overskud til at arbejde og dermed ikke får løn, men heller ikke får medicintilskud mere.

2. Kvinderne mangler en forståelse for systemet. Kontanthjælp opfattes lidt som en grundlæggende rettighed. Kvinderne har stadig - på trods af, at den daglige leder har fremlagt og præsenteret vilkårene og rammerne for dem - svært ved at overskue og forstå systemet. Det er bl.a. vanskeligt for dem at forstå, hvor-

---

<sup>6</sup> Lov om aktiv socialpolitik

for indtjening påvirker fx børnetilskud eller andet, samt hvorfor og hvem de skal indberette evt. lønninger til.

Kontanthjælpssystemet må anses som komplekst, og en stor del af disse kvinder mangler systemkompetencer. Sammenholdt med dårlige danskundskaber gør det det meget vanskeligt for den enkelte kvinde at gennemskue, hvilke konsekvenser lønnet arbejde hos Place de Bleu eventuelt kan have.

3. En relativ lav timeløn minimerer ”gevinsten” ved job – udfordringen ligger i at få skabt og vedligeholdt en motivation for beskæftigelse hos en gruppe borgere, som reelt ikke vil have nogen økonomisk gevinst ved at arbejde.
4. Kvinderne på kontanthjælp får kun 14,57 kr. i timen – som fastlagt i loven om aktiv socialpolitik – kvinderne har bare svært ved at forstå dette.

Interviewene med kvinderne viser, at de ofte har en vis mistillid til systemet og er bange for at miste retten til kontanthjælp og/eller at indtægten bliver modregnet i deres eller deres mands sociale ydelse. Kvinderne giver udtryk for, at de ikke forstår systemet og føler afmagt i forhold til selv at kunne tage hånd om deres situation. Alle kvinderne har et ønske om at arbejde, men er ekstremt nervøse for konsekvenserne ved arbejde i form af modregning i diverse sociale ydelser samt problemer med skat.

5. Det er usikkert, hvornår en arbejdstime kan tælle med i de timer af ordinært arbejde, som kontanthjælpsmodtagerne skal arbejde for at bevare retten til kontanthjælp.

Et af formålene ved at skabe en socialøkonomisk virksomhed er at hjælpe kvinderne med at opfylde kravet om 225-timers ordinært arbejde, så kvinderne ikke mister retten til kontanthjælp. Udfordringen i denne henseende er, at der ikke er et klart svar fra forvaltningen om, hvad en minimumstimeløn på ordinære og udstøttede vilkår bør være. Det er ikke forvaltningens opgave at fastlægge timelønnen, men de skal kunne vurdere, om arbejdet er sket på udstøttede vilkår eller ej. Og omvendt skal de også vurdere, om det er arbejde, som kan tælles med i timeregnskabet i forhold til bevarelse af kontanthjælpen. Alternativt bør der kunne tages en national beslutning på dette område, så retningslinjerne er klare.

Den nuværende situation gør det umuligt for virksomheden at vurdere under hvilke vilkår, man skal ansætte kvinder, der er i fare for eller allerede har mistet deres kontanthjælp. Projektledelsen har flere omgange rettet henvendelse til flere dele af forvaltningen uden at kunne få et entydigt svar.

Ud over lønnen er der også en vis udfordring i at sikre, at kvinderne bevarer motivationen mv. for jobbet, selv om de reelt ikke tjener mere end deres kontanthjælp udgør. Grundet helbred og familie er der flere af kvinderne, som ikke kan eller ønsker at arbejde mere end 3-4 timer dagligt. På grund af modregning i kontanthjælpen vil det økonomiske incitament for mange af kvinderne i målgruppen, som kun har kapacitet til deltidsarbejde, være meget begrænset.

Allerede på nuværende tidspunkt var der blandt kvinderne en vis utilfredshed med situationen, og flere af kvinderne giver udtryk for, at de er usikre på, om de har lyst til at fortsætte, hvis det ikke har nogen økonomisk gevinst.



## 5. Sammenfatning og opmærksomhedspunkter

I dette afsnit samles der op på evalueringens hovedresultater. Desuden indeholder afsnittet også en række opmærksomhedspunkter knyttet til projektet, dets karakter og fremtidige muligheder.

Overordnet set viser evalueringen, at Place de Bleu i løbet af denne projektperiode har udviklet sig til et rigtigt godt eksempel på, hvordan en fleksibel arbejdsplads i en socialøkonomisk virksomhed kan etableres.

Det er tydeligt, at Place de Bleu har fået udviklet en række produkter i en kvalitet, som efterspørges af mange boligbutikker mv. Det skyldes hovedsageligt, at projektet har fokuseret på kvinder, der har kompetencer inden for området og bl.a. ved tilknytningen af en designer har Place de Bleu prioriteret de kommercielle aspekter i projektet meget højt.

Imidlertid viser evalueringen også, at Place de Bleu pt. er udfordret af en række problemstillinger knyttet til det fleksible arbejdsmarked med ansatte, der ikke har mulighed for at arbejde fuld tid eller i et højt tempo, og som samtidig også har behov for træning og opkvalificering af kompetencer på andre områder end det faglige – bl.a. sociale kompetencer og sprogkompetencer.

### 5.1.1.1 Målsætningen om deltagere er opfyldt

Helt overordnet viser evalueringen af Place de Bleu, at projektet har fået skabt en produktlinje, som bliver efterspurgt, og at projektet har fået tilknyttet en gruppe af indvandrerkvinder til projektet.

Succeskriteriet er, at ti kvinder ud af de 30 visiterede gennemfører forløbet, så projektet opfylder i høj grad dette kriterium. I første omgang må det understreges, at det er lykkedes projektet at ramme den tilsigtede målgruppe. Det er ydermere lykkedes projektet at fastholde kvinderne i projektet samt at motivere dem til yderligere deltagelse/beskæftigelse i projektet.

Samlet set viser evalueringen, at kvinderne i varieret grad er blevet mere arbejdsmarkedsparete. Dette er sket ved, at de bl.a. er blevet bedre til arbejdsmarkedsdansk, har fået flere faglige kompetencer inden for syning og håndarbejde, større viden om det danske samfund og arbejdsmarked samt større udadvendthed og flere netværk. Det er tydeligt, at kvinderne har fået mere tro på, at de kan få en aktiv rolle på arbejdsmarkedet.

Projektet har udviklet en række indikatorer og spørgeskemaer med disse til at gennemføre løbende selvevaluering af kvindernes progression. Dette er desværre ikke rigtig kommet i gang og blevet systematiseret. Det skyldes bl.a. udskiftningerne i ledelsen samt at det i praksis har vist sig at være meget svært at gennemføre pga. sprog- og forståelsesbarrierer. Fremover vil det være en rigtig god ide, idet det er med til at synliggøre den løbende progression, som kvinderne gennemgår. Projektet ønsker selv at videreudvikle et mere simpelt og lettilgængeligt skema.

### 5.1.1.2 Etablering af en socialøkonomisk virksomhed

Projektet har fået etableret en virksomhed, der på en lang række områder inddrager socialøkonomiske aspekter.

Selve konstruktionen af Place de Bleu og fokuset på at etablere en socialøkonomisk virksomhed er et unikt forsøg, som tilsyneladende ingen foregangseksempler har at læne sig op ad. Projektet har således selv skulle afdække mulighederne juridisk, økonomisk og organisatorisk.

*Erhvervsforståelse og erfaring er ikke nok, man skal som leder også have en social forståelse, idet de ansatte har nogle særlige udfordringer, som man skal kunne tage hånd om. (Daglig leder i Place de Bleu)*

I forbindelse med etableringen og driften af virksomheden har Place de Bleu i opstartsfasen gennemgået flere overvejelser og tilpasninger i takt med, at konceptet for projektet udviklede sig.

Bl.a. har spørgsmålet om hvilken ledelsesperspektiv, der i det daglige vil være den mest hensigtsmæssige. I Place de Bleu kan der udpeges tre behov, som den daglige ledelse skal udfylde: 1) et administrativ/socialpædagogisk behov, 2) et behov for iværksætter/forretningserfaring, og 3) behov for designerbaggrund.

Det har vist sig svært at finde en person, der rummer alle tre kompetencer, og den nuværende løsning er som nævnt en todelt daglig ledelse (hhv. administrativ/ socialpædagogisk og kreativ ledelse) samt en ekstern inddraget konsulent til at stå for forretningsudvikling.

Evaluator vurderer, at det har været – og fortsat er – helt essentielt for Place de Bleu, at der bliver udviklet produkter i et design, som har en reel markedsværdi. Denne opgave kræver en professionel designer. Omvendt viser projektet også tydeligt, at det er vigtigt med iværksætterkompetencer og projektledelseserfaring i opstartsfasen. Erfaringen fra Place de Bleu er således, at det er centralt at indtænke flere faglige og evt. pædagogiske/socialt dimensioner, når der skal udpeges en ledelse for projekter af denne karakter.

I bestyrelsen vurderes det, at det kommercielle er væsentligt fremadrettet og således også bør være i fokus i organiseringen af ledelsen. I hele etableringsfasen var det meget fokus på alle de administrative udfordringer bl.a. i forbindelse med kvindernes inddragelse og aflønning. Nu er der behov for et øget fokus på forretningsdelen.

### 5.1.1.3 Butik, showroom og/eller systue

Da Qaravane og Place de Bleu besluttede sig for at etablere systuen på Blågårds Plads var det – udover et ønske om at være i kvindernes nærmiljø – med henblik på at skabe en butik i forbindelse med systuen. Lokalerne på Blågårds Plads har gode faciliteter som butik, og området er kendt for små special- og designbutikker.

Dog er butikken pt. ikke nogen stor succes. Dette har flere årsager. Hovedsagligt skyldes det, at butikken aldrig er blevet prioriteret, fx er der først for nyligt kommet et skilt i vinduet, der signalerer, at der er tale om en butik. Butikken har heller ikke faste åbningstider, men er åben, når der er folk i systuen. Udefra er det svært at se, om der er tale om et værksted eller en butik, hvilket gør, at mange potentielle kunder ikke går ind. Derudover kan det til tider virke som et forstyrrende ele-

ment i systuens arbejdsproces, når en potentiel kunde alligevel vover sig ind i butikken. Ifølge den daglige ledelse er det endvidere meget få af de potentielle kunder, der kommer ind i butikken, der køber noget, jf. de tidligere beskrevne vilkår.

Skal der udvikles en butik med en reel omsætning, skal der således iværksættes en lang række initiativer, som fx skiltning, salgsstrategi og trænet salgspersonale. Vigtigst er det dog, at der kommer en afklaring på denne problematik, og ledelsen må afgøre med sig selv, hvad man ønsker af lokalerne på Blågårds Plads. Den foreløbige strategi med at sælge produkterne via en række boligbutikker virker efter hensigten, og det er ikke sikkert, at ressourcerne til at træne kvinderne og satse på en butik vil være hensigtsmæssige at anvende. Således er anbefalingen, at man fastholder Place de Bleu som en systue og ikke som en butik.

#### **5.1.1.4 En klar produktlinje og forretningsplan**

I løbet af projektets levetid er det lykkedes at etablere kontakt til en lang række forhandlere, så Place de Bleus produkter i dag kan købes mange steder i og omkring København og enkelte steder i Jylland. Dette er primært sket, fordi der fra starten blev udarbejdet en klar forretningsplan, og fordi man har været i stand til at udvikle produkter af en høj standard. Som for alle andre iværksættere handler det om at kunne sælge den vare, som produceres, og Place de Bleu viser, at en professionel tilgang til det kommercielle aspekt i projektet bidrager til, at Place de Bleu nu står med et meget fornuftigt udgangspunkt for fremtiden.

#### **5.1.1.5 Det fleksible arbejdsmarked?**

Evalueringen viser tydeligt, at projektet har været med til at synliggøre nogle af de udfordringer, som eksisterer i forhold til etablering af beskæftigelse på fleksible vilkår.

##### *Manglende systemkoordinering*

En af de største udfordringer, som Place de Bleu står overfor nu, er problematikken omkring aflønningen af kvinderne. Problemerne knytter sig dels til niveauet af lønnen dels til de økonomiske usikkerheder og konsekvenser, som aflønningen af kvinderne kan medføre.

Interview med kvinderne viser, at de lever i stor økonomisk usikkerhed. Denne usikkerhed vokser unødigt, idet systemerne ikke "taler sammen". Kvinderne og deres familier modtager typisk støtte til fx bolig, medicin og andet. Denne støtte er betinget af familiens samlede indkomst, og derfor påvirker indkomsten fra Place de Bleu denne støtte. Udfordringen ligger i, at det er vanskeligt for kvinderne (og for projektets ledelse) at få et overblik over, hvilke økonomiske effekter en evt. indtjening har for kvindernes og deres familiers samlede økonomi.

Denne udfordring er ikke specifik for dette projekt – eller denne målgruppe, og kan findes i mange lignende projekter og målgrupper, der modtager støtte fra fx socialforvaltningen eller andre instanser.

Usikkerheden betyder, at mange af kvinderne har oplevet at skulle tilbagebetale penge eller har mistet ret til fx medicintilskud. Det betyder også, at den samlede økonomiske situation hele tiden skal genvurderes, hvilket er med til at gøre kvinderne (og deres familier) meget utrygge.

Selv om projektet har forklaret reglerne til kvinderne, er det tydeligt, at der stadig er en del af kvinderne, som har meget svært ved at forstå præcist, hvordan systemet hænger sammen. Projektet viser, at det kræver meget tid og mange ressourcer,

før kvinderne reelt forstår systemerne og forstår, hvorfor de ikke står med flere penge mellem hænderne, selvom de nu arbejder.

Derfor bør det overvejes, om der er mulighed for enten at ”frede” deltagerne i en periode, eller om det er muligt at udarbejde ”regnemodeller”, så det er nemmere for kursister, daglig leder (og sagsbehandler) at gennemskue konsekvenserne af indtjeningen.

Løsningen af dette problem synes ikke at ligge lige for. Dette vil kræve en lovændring, og derfor er Place de Bleu nærmest forud for sin tid. En lovændring kan tage flere år, før den bliver vedtaget, og det afhjælper ikke de udfordringer, som møder den daglige ledelse i relation til kvinderne. Til gengæld har Place de Bleu med al tydelighed vist, at der er behov for en afklaring på dette område.

### ***Fleksible modeller er vejen frem***

Evalueringen viser, at flertallet af de kvinder, som deltager i projektet, er i stand til at træde ind på det danske arbejdsmarked. Og det i nogen tilfælde efter mange år uden for arbejdsmarkedet. Projektet viser imidlertid også, at det ikke kan forventes, at disse kvinder kommer til at arbejde på fuld tid – og det er måske også tvivlsomt, om de nogensinde kan komme til at ”tjene deres egen løn ind”. Derfor er der behov for nogle fleksible modeller i feltet mellem aflønning og offentlige ydelser, som kan fungere mere hensigtsmæssigt end de eksisterende.

### ***Den økonomiske udfordring***

Place de Bleu er fortsat meget afhængig af ekstern økonomisk støtte. Produktionen er pt. så lille og går relativt langsomt, så indtjeningen er meget begrænset. Udfordringen ligger i konstant at skulle udarbejde ansøgninger og den usikkerhed, som det kan medføre for ledelse og kursister. Aktuelt har Place de Bleu igangsat en større satsning i forhold til inddragelse af danske virksomheder. Denne inddragelse omfatter ikke blot økonomisk støtte men også en strategisk opbakning i offentligheden, så der kan komme mere fokus på denne gruppe af borgere, der ofte kommer i klemme mellem arbejdsmarkedet og det offentlige system.

Endelig forstærkes udfordringen af, at det er begrænset hvilke muligheder, der eksisterer for at søge tilskud til drift af virksomhed.

Projektet favner en målgruppe, som er vanskelig at integrere på arbejdsmarkedet. Det tager tid og ressourcer. Men alternativet vil for rigtig mange af disse kvinder være, at de tilbringer resten af deres arbejdsliv ind og ud af kontanthjælpssystemet.

# 6. Bilag

Figur 6.1: Place de Bleus forandringsmodel

