



Vogelhuisjes maken als dagbesteding is verleden tijd. Het Maastrichtse Athos bewijst dat mensen met en zonder verstandelijke beperking samen veel meer in hun mars hebben dan wasknijpers in elkaar zetten en perjes schoffelen. Wat te denken van dure designmeubels en zéér exclusieve spijkerbroeken maken?



Anita Bastiaans en Tom Dauphin in het atelier van Athos Denim waar de exclusieve spijkerbroeken gemaakt worden en zowel een signatuur van de beroemde muskietier als - in dit geval - de Syrische maker Anas meekrijgen FOTO'S JOHANNES TIMMERMANS

Vogelhuisjes zijn voorgoed verleden tijd

MAASTRICHT
DOOR RONALD COLÉE

Een spijkerbroek van 380 euro. Gemaakt van volledig handgeweven en biologisch gekleurde stof. Voorzien van gerecyclede messing knopen, versierd met bijzondere muskietiersborduurself en verpakt in een houten kistje. Compleet met certificaat. Made in Maastricht.

Roer om

Het is nu niet direct een product wat je verwacht bij een project voor mensen met een grote afstand tot de arbeidsmarkt. En toch is het dat wel. Sterker nog: het is nog veel meer dan dat.

Drieënhalve jaar geleden besloot Radar op de locatie aan de Athoslaan in Biesland het roer volledig om te gooien, zegt Anita Bastiaans, leidinggevende bij de Zuid-Limburgse zorginstelling. „Wij helpen in Maastricht, Heuvelland en Parkstad ongeveer 1900 mensen met een verstandelijke beperking om zelfstandig te wonen, te werken, te leren en hun vrijetijd te besteden. Op deze locatie zat aanvankelijk alleen een dagbestedingsproject voor mensen

die onder de Wet langdurige zorg en Wet maatschappelijke opvang vielen. Toen deze mensen steeds meer buitenshuis tewerkgesteld werden op plekken als een kinderboerderij of kringloopwinkel, kwam dit gebouw grotendeels leeg te staan en hebben we naar een andere invulling gezocht. Die vonden we door het gebouw voor iedereen open te stellen. Kwetsbare en niet-kwetsbare mensen. Cliënten van de Sociale dienst, Vluchtelingenwerk en het UWV, maar ook sociale en startende ondernemers en huurders die achter dit gedachtegoed stonden en gewoon een werk- of vergaderruimte zochten.”

Besloten werd de naam aan de gevel te veranderen in Athos. „Mensen willen bij een goed merk horen en Radar werd te veel geassocieerd met zorg. Deze naam is kort en krachtig, verwijst naar de naam van de straat waarin we liggen en natuurlijk de beroemde muskietier.” De kantine werd verbouwd tot een hippe plek met daghoreca. Alles vers en zelfbereid met lokale, biologische producten. „Waar elke woensdagavond een driegangenu menu wordt voorgeschoteld voor 9,50 euro. „Wat de pot schaft. Maar ook verzorgen we een keer per



Natuurlijk zullen we geen duizend stoelen per jaar kunnen leveren maar wel twintig. Maar dit zijn ook geen producten die je moet kopen maar die je mag kopen.

Tom Dauphin

maand de catering voor de BAM. Zo hebben we onlangs voor duizend man koekjes staan bakken.”

Pop-upstore

Al gauw rees het idee om bij Athos niet alleen lekkere dingen te bereiden maar ook mooie dingen te maken. Ingegeven door een succesvolle pop-upstore in de Bijenkorf waar onze medewerkers opnieuw gestofde en beschilderde meubeltjes mochten tentoonstellen. „Je had die gezichten moeten zien. ‘Daar staat mijn stoel.’” Tom Dauphin (40) uit Elsloo, al vijf jaar werkzaam bij Radar op het gebied van facilitaire zaken en huisvesting, besloot zijn baan op te zeggen en als zelfstandig sociaal ondernemer de maak-kaart te gaan trekken. „Met alle respect voor mensen die banden plakken of wasknijpers in elkaar zetten. Dat is niet echt werk dat je vervult met trots. We willen coole dingen maken die logogenoten weer triggeren mee te doen.”

Zo liggen er plannen om met meubelontwerper René Holten een eigen Athos meubellijn in de markt te zetten. Athos by René Holten. „Buitenstaanders roepen: ‘Onmogelijk. Dat kan niet’. Dat kan wel. Natuur-

lijk zullen we geen duizend stoelen per jaar kunnen leveren maar wel twintig. Maar dit zijn ook geen producten die je moet kopen maar die je mag kopen. René heeft al ontwerpen voor drie series af. Nu zijn we aan het kijken hoe we het proces moeten inrichten zodat we die stoelen ook hier in huis kunnen maken. Na de zomer hopen we de eerste conceptstoel klaar te hebben.” Praterend met een andere voetbalvader van de El van Haslou - een expert op het gebied van confectione - werd al gauw het idee geopperd met mode te beginnen. „Een paar machinewat en wat stof en je kunt beginnen”. De vraag was echter wat de mensen aanspreekt. Dauphin: „Al gauw kwamen we op denim, want iedereen heeft wel een spijkerbroek in de kast hangen. Maar wil je daarin onderscheidend zijn, dan moet je met iets goeds en vernieuwends komen. Dus besloten we de beste spijkerbroek van de wereld te gaan maken. Sociaal maatschappelijk en ecologisch verantwoord.”

Weverijen

Al gauw kwamen er maar drie weverijen in aanmerking: het Italiaanse Candiani, het Amerikaanse Cone en het Amsterdamse Seven Senses.

„Zij betrekken hun stof uit India. Niet Zuid- maar Noord-India. Verstrekken lokale boeren katoenzaadjes. Zij spinnen de katoen zelf tot gare, weven hem met een weefgetouw en kleuren de stof vervolgens biologisch. Zonder chemische toevoeging. Door deze manier van werken kunnen zij niet meer dan honderd meter per maand produceren en is deze spijkerstof honderd keer duurder dan gewone machinale stof.” De knopen worden ingekocht bij de Duitse firma Berning die het gerecyclede messing een vintage look meegeeft door ze in vaten met azijn, citroen, laurier, kruidnagel of walnoot te leggen.” Samen met Anas, een ervaren kleermaker uit Syrië die via Vluchtelingenwerk met Athos in aanraking kwam, werd het eerste patroon ontworpen. Hij draagt zijn kennis weer over op de andere medewerkers. „Deze broek telt zoveel onderdelen dat ieder wel iets aan het productieproces kan bijdragen. Denk aan riemlusjes, zakvoering en coin pockets.” Een tijdrovende bezigheid. „Als je wilt kun je een spijkerbroek in tweeën uur in elkaar zetten. Bij ons duurt dat een dag, afhankelijk van hoeveel mensen je op welk moment

beschikbaar hebt.” Dat deze broek niet voor iedereen is weggelegd beseft ook Dauphin. Zo kost de goedkoopste versie 190 euro en de duurste 380. Dat verschil zit in machinaal of handgeweven stof. Handgeweven is veel duurder.

Handtekening

„Maar deze broek hoeft ook niet commercieel interessant te zijn. Hij is bedoeld voor mensen met een bredere beurs die een broek met verhaal willen en een stukje eigenaarschap. Ze komen ook niet op voorraad te liggen. Zijn alleen op bestelling verkrijgbaar, worden persoonlijk ingemeten en voorzien van de Athos-handtekening: een muskietierspluim op de achterzak, een sabel op de coin pocket en het initiaal van de maker op de zijnaad. Als we zouden willen en alles meezit kunnen we er maximaal 250 per jaar maken. Een aantal waar ze zeker in China maar ook in landen als Polen en Portugal hun neus voor ophalen. De grote winst in deze broeken zit hem in de trots en het zelfvertrouwen wat we op deze manier aan onze mensen meegeven.”

Reageren?
ronald.coloe@delimburger.nl



Als we zouden willen en alles meezit kunnen we maximaal 250 broeken per jaar maken. Een aantal waar ze zeker in China maar ook in landen als Polen en Portugal hun neus voor ophalen.

Tom Dauphin