

Diversiteit op werk kan beter

Diversiteitsprijs van Jobkanaal gaat onder meer naar een woon- en zorgcentrum

Lieve WOUTERS

Met zijn jaarlijkse *Diversiteitsprijs* moedigt Jobkanaal, een samenwerkingsverband van werkgeversorganisaties waaronder VKW en Unizo, verscheidenheid op de werkvloer aan. Dit jaar viel in de categorie bedrijven met minder dan vijftig werknemers Stoffels NV in de prijzen, producent en verpakker van minitomaten. In de categorie grotere ondernemingen ging de eer naar het schoonmaakbedrijf Care en in de categorie dienstverlenende bedrijven naar het woon- en zorgcentrum Onderdale in Ursel.

„Het zijn stuk voor stuk ondernemingen die niet enkel commercieel goed bezig zijn, maar ook hun maatschappelijke verantwoordelijkheid ernstig nemen”, zegt Haider Mousawi, coördinator van de *Diversiteitsprijs 2011*. En dat is nog niet voor alle bedrijven vanzelfsprekend. „Verbetering op het terrein is wat afhankelijk van de sector”, meent Mousawi.

„Over het algemeen moeten we zeggen dat de beoogde resultaten nog lang niet zijn bereikt. Er is nog veel koudwatervrees om met bepaalde doelgroepen in zee te gaan, zij het allochtonen of personen met een beperking. Ook de economische crisis vertraagde de vooruitgang op dat vlak. Veel bedrijven zien diversiteit als een luxeprobleem. Als er moet bespaard worden, dan doen ze dat het eerst op maatregelen die diversiteit moeten bevorderen.”

Door de hoge werkloosheid hebben werknemers bovendien keuze genoeg wat betreft het opvullen van vacatures. Iets minder vanzelfsprekende kandidaten vallen dan al sneller door de mazen van het net.

Bekijk de filmpjes van de winnende bedrijven op www.jobkanaal.be.

Bel en word weldoener

De Belgische telefoonmaatschappij Ello Mobile schenkt al haar winst aan acht projecten in binnen- en buitenland

- Sinds 2006 wist Ello Mobile meer dan 6.000 klanten aan te trekken
- Telkens als ze mobiel bellen of sms'en, gaat er een klein bedrag naar de goede doelen die ze selecteerden
- Ze betalen niet meer dan bij een andere maatschappij

Jozefien VAN HUFFEL

184 hectare extra bos kon Natuurpunt in Averbode aankopen, zeven mobiele scholen werden op pad gestuurd in Zuid-Amerika, meer dan 40.000 kinderen in Oost-Congo genazen van malaria. Het verband tussen de drie? Het gebeurde omdat de zesduizend klanten van telefoonmaatschappij Ello Mobile simpelweg hun gsm gebruikten. Alle winst die het bedrijf opstrijkt, gaat immers naar acht projecten. Voor de natuur, voor vorming en mensenrechten en voor kindervelzijn.

Lage werkingskosten houden de winst zo hoog mogelijk. „Er is niemand in dienst van Ello Mobile”, zegt bestuurder Serge Van de Zande. „Nieuwe klanten werven, vragen aan de helpdesk beantwoorden – we doen het zelf. Het is onze vorm van vrijwilligerswerk.”

Wij, dat zijn Van de Zande en zijn twee partners in een marketingbureau. „Onze kennis wilden we ook inzetten in een maatschappelijk betekenisvol project”, zegt hij. „Met mobiele telefonie konden we een breed publiek bereiken. Er worden in die sector gigantische winsten gemaakt en daar snoepen wij nu een bescheiden stuk vanaf.”

Klanten kiezen zelf naar welke projecten er geld mag gaan wan-



Via Ello Mobile steun je onder meer Simon & Odil, een project dat langdurig zieke kinderen uit het isolement haalt. © Ello Mobile

neer ze bellen of sms'en. Ello Mobile selecteerde de projecten met hulp van de Koning Boude-wijnstichting. Van de Zande: „Ieder heeft zijn eigen expertise. Zo kunnen we garanderen dat onze winst nuttig wordt gebruikt.”

In België kun je onder meer Simon & Odil te steunen, een interactieve website die langdurig zieke kinderen thuis of in het ziekenhuis uit hun isolement haalt. In het buitenland helpt Ello Mo-

bile regenwoud te beschermen in Sumatra, sportactiviteiten, kunstateliers en technische opleidingen te organiseren voor Palestijnse kinderen in Libanese kampen en mensenrechtenteams in de Filipijnen op te richten.

„We houden onze klanten zo goed mogelijk op de hoogte over het verloop van de projecten”, zegt Van de Zande. „Ook maken we het graag tastbaar. Voor 2,7 euro vrijwaar je bijvoorbeeld hon-

derd vierkante meter tropisch regenwoud. Dat heb je toch snel bij elkaar gebeld? En over de totale winst en onze tarieven zijn we zo transparant mogelijk.”

Het profiel van de klanten van Ello Mobile is breed. „Het zijn kleine en grote bellers, van twintig tot vijftenzeventig jaar oud”, weet Van de Zande. „Alleen minderjarigen bereiken we niet. Zij zijn wel geïnteresseerd, maar omdat ze heel veel sms'en en dat met hun zakgeld moeten betalen, kunnen ze moeilijk zonder de duizenden gratis sms'jes van andere bedrijven.”

„Er zijn gigantische winsten in de mobiele telefoonsector. Daar snoepen wij een klein stuk vanaf”

„Het percentage van mensen dat overstapt, is trouwens betrekkelijk laag bij ons”, vervolgt hij. „Dat wil zeggen dat ze er bewust voor kiezen. En misschien zijn ze ook niet geïnteresseerd in al die promoties. Je zou er immers bijna stress van krijgen. Ze geven je constant het gevoel dat je teveel betaalt.”

En wat betaal je dan wel bij Ello Mobile? „We moeten niet de goedkoopste op de markt zijn. Onze tarieven zijn gemiddeld. Dat blijkt ook als we voor een geïnteresseerd bedrijf simuleren hoeveel ze bij ons zouden betalen. Meestal komt het hen niet duurder uit”, zegt Van de Zande.

„Het geld om te telefoneren en te sms'en geef je toch uit, dus voor een overstap naar Ello Mobile moet je niets laten en toch lever je een bijdrage aan de samenleving. Ik zie geen reden om het niet te doen”, lacht hij.

Meer info via 078 15 10 12 of www.ello-mobile.be.

‘Vrouwelijke waarden zijn troef vandaag’

Honderdjarige KVLV telt meer dan 100.000 leden en organiseert minstens 175 activiteiten per dag

„Te ijveren voor het godsdienstig, zedelijk en maatschappelijk welzijn zijner leden, voor hunne ontwikkeling, hunne beroepsbelangen en hunne stoffelijke welvaart.” Zo klonk in 1911 de doelstelling van de pas opgerichte Boerinnenbond. „Eigenlijk is onze missie al honderd jaar dezelfde”, stelt Carla Durlet, voorzitter van de beweging die intussen al veertig jaar de naam KVLV draagt. „We willen vrouwen sterker maken, zodat ze gelukkig en vrij in het leven kunnen staan.”

In mei viert KVLV zijn honderdste verjaardag met een dag vol activiteiten op tien plaatsen in Leuven, maar het feestjaar werd onlangs al ingezet met een boottocht. „Met 107.344 leden zijn we



Een schip vol enthousiaste Vrouwen met Vaart zette op de Leuvense vaart het feestjaar in. © Jozefien Van Huffel

nog steeds de grootste vrouwenbeweging in Vlaanderen. Bijna duizend afdelingen organiseren jaarlijks 54.000 activiteiten”, vertelde Durlet daar. Directeur Chris Van Hoof rekende het na: „Dat zijn minstens 175 activiteiten per dag, het hele jaar door.”

Aan de start van een nieuwe eeuw KVLV zet de beweging ook een aantal troeven op een rij. „Zonder vrijwilligers geen KVLV. Alle discussies over professionalisering in het sociaal-cultureel werk ten spijt, zal het aan de professionals zijn om heel goed te luisteren naar de polsslag en voel-spieten van onze bestuursleden ter plekke”, zegt Carla Durlet.

Ook jonge gezinnen moeten een sterkte worden van KVLV. „En dat

is meer dan jonge vrouwen. We leven in de eeuw van de vrouw, waarin waarden als intuïtie, emotionaliteit, leren uit ervaring en empathie troef zijn”, meent Durlet. „Almaar vaker krijgen we vragen over een aanbod voor mannen en ons tijdschrift heeft heel wat mannelijke lezers.”

De beweging wil ten slotte ook haar zichtbaarheid vergroten. „Maar we gaan niet mee met vluchtige hypes. We blijven staan voor de kwaliteit en degelijkheid die ook *Ons kookboek* al zo lang uitdraagt.” (JVN)

Op 21 mei viert KVLV feest in Leuven. Iedereen is welkom. Info via 016 24 39 99 of www.kvlvevent.be, inschrijven enkel via de website.