

# COMMUNICATIE. MAGAZINE

**BANK ALS STARTUP**  
NG herontdekt zichzelf

**TWEE MAAL PHILIPS**  
Communicatie  
rond de splitsing

**KLEINE NUDGE, GROTE  
IMPACT**  
Geheimen van het  
Britse Nudging Team

**GEZONDE GAMES**  
Spelenderwijs  
gedrag veranderen

**STAP 'NS UIT DAT KADER**  
Designers over pr

**CALM AND ACCOUNTABLE**  
Van Ruler over  
meten en weten

Professor Noelle Aarts

## Mensen leuteren heel wat af

Over de kunst van  
een goed gesprek

# REËLLE, BUREAU VAN MEDEWERKERS MET EEN BEPERKING LUCHTIG EN MET HUMOR

IN GESPREK MET MARJOLIJN DAVERVELD OPRICHTER VAN REËLLE. 'HET IS MIN OF MEER TOEVALLIG DAT WE ALLEEN MAAR WERKEN MET MENSEN MET EEN BEPERKING.'

Marjolijn Daverveld ontdekte tijdens haar studie Gezondheidswetenschappen dat ze dyslectisch was. In 1999 begon ze met Reëlle, communicatiebureau met medewerkers met een arbeidsbeperking. Bij Reëlle werken nu negen medewerkers. Daverveld: 'Het is min of meer toevallig dat Reëlle alleen maar werkt met mensen met een beperking. De eerste medewerker was iemand die ook Gezondheidswetenschappen had gestudeerd. Dat schiep een band. Zij was doof. Ik dacht: waarom niet?'

## Regelingen

Reëlle richt zich vooral op het gebied welzijn en zorg. Daverveld: 'Mensen met een beperking hebben veel te maken met welzijn en zorg en met werk. Het is een logische keuze dat we ons daarin gespecialiseerd hebben. Het voordeel is dat je goed ingevoerd bent in de materie waar de klant mee bezig is.'

Daverveld vindt het wel belangrijk dat mensen enige raakvlakken hebben met communicatie. 'Dat kan heel breed zijn: journalistiek, teksten schrijven, vormgeving, social media, fotografie of het organiseren van evenementen. Je moet natuurlijk ook binnen het team passen. We werken

met hoogopgeleide medewerkers.'

Het team van Reëlle is divers, in de leeftijd van 19 tot 57 jaar. Dat geldt ook wat de taken betreft: de een is handiger met teksten, de ander weer met fotografie, weer een ander met vormgeving of het organiseren van evenementen. 'Het zijn wel allemaal activiteiten die te maken hebben met communicatie.'

## Krachtenbundels

Het belangrijkste product van Reëlle zijn de Krachtenbundels. Daarvan zijn er sinds 2011 zo'n twintig verschenen. In deze publicaties vertellen cliënten hun eigen verhaal. Daarnaast legt Reëlle zich toe op het in begrijpelijke taal verwoorden van beleid. Marjolijn Daverveld: 'We hebben natuurlijk ervaringsdeskundigen in huis. We kunnen ook voor fotografie zorgen of voor het maken van websites. De nadruk ligt op productie. We maken bijvoorbeeld voor gemeenten verschillende brochures over de decentralisatie.'

## Andere kijk

Producten komen in nauwe samenwerking met opdrachtgevers tot stand. 'We horen vaak dat we een andere kijk op de materie hebben. Veel opdrachtgevers kijken tegen de doelgroep aan als mensen met problemen. Wij proberen met onze aanpak mensen met een beperking juist zelfverzekerd in beeld te brengen, met begrijpelijke en luchtige teksten en waar mogelijk met humor – in plaats van zwaarwichtig, ambtelijk taalgebruik.'

De belangrijkste succesfactor volgens Daverveld is dat ze medewerkers behandelt als ieder ander. 'In het werk gaan dingen goed en er gaan dingen niet zo goed. Als het niet goed loopt, spreek ik mensen erop aan. Natuurlijk houd ik rekening met de beperkingen die er zijn. Maar ik pamper de mensen niet.'

## Boek: 25 organisaties

Dit artikel is een bewerking van een hoofdstuk uit 'Werken met passie', waarin 25 organisaties worden geportretteerd die werken met mensen met een achterstand tot de arbeidsmarkt. Auteur Bert Jongen, ISBN 978 94 91197 39 0, te bestellen via de boekhandel en op [www.heelnederlandschrijft.nl](http://www.heelnederlandschrijft.nl)

