



Manager Edwin van Oostende

‘Onze werknemers hebben een opstapje nodig in het leven’

Sociale onderneming Rederij Kees kan rekenen op sympathie van het mkb

Door: Annemieke Diekman

12-02-2026

(Social) impact Interview

Rederij Kees zet mensen met afstand tot de arbeidsmarkt in om op een duurzame manier goederen door Amsterdam te vervoeren. Zo slaat deze sociale onderneming twee vliegen in één klap.

Op een industrieterrein, net buiten het centrum op Amsterdam Westpoort, staan de elektrische wagentjes van Rederij Kees in de houding om de fameuze citroentaart en garnalenkroketten bij banketbakkerij Holtkamp op te halen. ‘We bezorgen ze vanuit daar drie keer per week door heel Amsterdam, van het Rijksmuseum tot het Concertgebouw en bij verschillende cafés.’ Aan het woord is Edwin van Oostende, operationeel manager bij Rederij Kees, een duurzaam binnenstedelijk vervoersbedrijf dat werkt met mensen die een afstand hebben tot de arbeidsmarkt.

Waarom Rederij Kees?

‘Rederij Kees wilde in 2014 op twee punten iets in beweging zetten. Het idee was om wat terug doen voor de stad Amsterdam door met duurzame, schone transportmiddelen goederen te gaan leveren. Daarvoor wilden wij mensen inzetten die het niet lukt om zelf de arbeidsmarkt op te gaan. De naam Rederij Kees is gekozen omdat we zijn gestart met een transportschuit. Kees komt van de roman *Kees de jongen* van Theo Thijssen, over het leven van een 12-jarige jongen in de Jordaan van begin 20ste eeuw.’

De schuit is bijna verkocht, werkte dit niet meer in de stad?

‘Voorheen zaten we met het magazijn aan het water. Dat was heel makkelijk met laden en lossen. We voeren onder meer voor Brouwerij De Prael, op de Oudezijds Voorburgwal. Maar onze boot bleek toch niet goed geschikt voor transport, omdat de kades te hoog zijn in Amsterdam. Het was lastig om aanlegplekken te vinden. Ook in verband met de slechte kwaliteit van de kades. Wel jammer, het was best een opvallend gezicht zo'n boot vol met bier in de grachten. Wij zijn nu volledig over op elektrisch vervoer via de weg.’

Jullie verzorgen ook opslag en ‘last mile’ bezorging?

‘We vervoeren producten voor onze klanten in Amsterdam en hebben een groot magazijn waar vaste klanten hun spullen kunnen laten bezorgen en opslaan. Vandaar rijden wij ze dan uit. Daarnaast zijn we gestart met de zogenaamde Last Mile bezorging voor klanten die verse producten komen leveren. Zo werken we bijvoorbeeld al jaren voor de Coffee Company, ook een sociale onderneming. Dat is een landelijke keten, maar ze hebben hier in Amsterdam een eigen koffiebranderij. Wij halen de vers gebrande koffie op en brengen die naar alle lokale vestigingen.’

Wat maakt een bedrijf sociaal?

‘Door je in te zetten voor mensen zoals onze werknemers. Wij doen het voor mensen die echt een opstapje nodig hebben in het leven. Mensen die wat meer structuur zoeken en een reden om uit bed te komen. Ze kunnen hier niet alleen aan de slag, maar ook sociale contacten opdoen. Het zijn allemaal hartstikke lieve jongens, ze werken hard en hebben het erg naar hun zin.’

‘Bij ons staat geen radio hard aan en staat niemand tegen een ander te blèren of te toeteren. Ze werken allemaal op hun eigen manier en eigen tempo en dat gaat heel goed. Samen met het milieuaspect vormt dit de grondslag van onze sociale onderneming. Het is een goede combinatie, maar het gaat ons bovenal om mensen die het minder hebben getroffen een kans te geven. We draaien goed en zijn een financieel gezond en groeiend bedrijf. Mooi dat we sinds 2020 ook een registratie hebben bij de Code Sociale Ondernemers.’

Jullie werken samen met de Regenboog Groep?

‘De Regenboog begeleidt vanaf het begin de jongens van buitenaf, wekelijks is hier een spreekuur van een Regenboog-medewerkster waar ze met hun vragen terecht kunnen. Eventueel krijgen ze hulp met administratieve rompslomp, met dingen die ze niet begrijpen. De Regenboog selecteert ook de mensen die hier in de dagbesteding komen werken en uiteindelijk, indien mogelijk, op contract. Inmiddels zijn er wekelijks gemiddeld 20 man aan het werk, waarvan 60 procent in de dagbesteding.’

‘De jongens werken gewoon mee in het bedrijf. We verwachten dat ze echt aan het werk gaan en niet elke dag komen om bij wijze van spreken alleen het magazijn aan te vegen, want dat vind ik geen leuke dagbesteding. Voor hun eigenwaarde is het goed om volledig mee te draaien. Ik heb zelden meegemaakt dat dagbesteding geen zin heeft.’

Zijn er ook nadelen aan het label sociale onderneming?

‘Voor mij persoonlijk niet, maar potentiële klanten denken bijvoorbeeld wel dat dat wij voor een tientje de hele dag door de stad gaan rijden. Dat is een imago waar je heel snel van af moet, omdat je er juist meer werk aan hebt om deze jongens dingen uit te leggen en ze te begeleiden. Zij weten niet automatisch waar ze na twee keer rijden heen moeten. Bedrijven die voor een dubbeltje op de eerste rang willen, komen helemaal niet voor het sociale aspect, die willen er alleen zelf beter van worden.’

Hoe ziet de financieringsstructuur er nu uit?

‘DOEN Participaties was jarenlang een van onze grote aandeelhouders. In het najaar van 2025 zijn deze aandelen overgedragen aan medeaandeelhouder Koninklijke Saan. Familiebedrijf Saan is hiermee met terugwerkende kracht tot 1 januari 2025 volledig eigenaar van Rederij Kees geworden. De Regenboog Groep behoudt als een van de oprichters van Rederij Kees een zogenoemd gouden aandeel, dat haar zeggenschap geeft over bepaalde strategische besluiten.’

Komt jullie sociaal ondernemerschap niet in gevaar met een commercieel bedrijf als enige aandeelhouder?

‘We hangen onder de aandelenvlag van Saan en blijven onder onze eigen naam Rederij Kees bestaan, met een eigen CAO, bedrijfsvoering en afspraken. Ook blijven we op dezelfde basis samenwerken met de Regenboog Groep. Ik word heel vrij gelaten in het runnen van Rederij Kees. Echt grote investeringen, zoals een extra auto, gaan natuurlijk wel in overleg. Al zijn we een heel sociaal bedrijf, het licht moet wel blijven branden. En niet alleen dat, we moeten ook door kunnen gaan met nieuwe investeringen om verder te groeien. We kunnen denk ik nog wel een keer zo groot worden als we nu zijn.’

Zevende artikel in een serie over sociaal ondernemen en impact investeren. Eerdere bijdragen zijn verschenen 29 januari ([Scature](#)), 11 december ([Boerschappen](#)), 27 november ([Rebottled](#)), 30 oktober ([The Spirit of Amsterdam](#)), 21 augustus ([The Good Roll](#)) en 12 juni ([Natuurplatform Sumthing](#)).

Abonneer je op ons gratis Journaal:

E-mail adres

Schrijf je in