

Betekenis in bedrijf

Be good and show it!

TEKST **WILLEM VREESWIJK**

Werk je om geld te verdienen of wil je zinvol werk verrichten? Steeds meer mensen kiezen voor dit laatste. Er bestaan al duizenden voorbeelden van ondernemingen die van betekenis zijn voor de samenleving. Met name jonge ondernemers denken en doen anders. Zij weten dat het roer om moet. En doen het ook. Zij leveren een bijdrage om de wereld beter te maken. Voor henzelf, voor hun familie, voor iedereen die nu leeft en voor iedereen die met onze erfenis te maken krijgt. Be good and show it. Een paar voorbeelden uitgelicht!

Met welk voorbeeld begin je? Er zijn er zoveel. Het maakt eigenlijk niet uit met welk voorbeeld begonnen wordt of welke voorbeelden er überhaupt gekozen worden. Elk voorbeeld is niets anders dan een spiegel die zegt: 'en wat doe jij?' Het is aan de kijker in die spiegel om op deze vraag een antwoord te geven.

Geraakt was ik bijvoorbeeld door Erik Friedeberg, een accountant die de wereld van cijfers en getallen niet langer leidend in zijn werk wilde maken, maar de mens achter die cijfers en getallen. Hij wist dat negen op de tien Nederlandse ondernemers meer persoonlijk contact met hun accountant willen hebben. Dat wil zeggen dat ze heel graag een accountant zouden willen hebben die oprecht in hen is geïnteresseerd en dat ze er ook graag wat meer voor zouden willen betalen. Alleen, ze bestaan niet of nauwelijks. Voor Friedeberg reden om samen met Monique Piet het oude vak van accountant los te laten en een eigen bedrijf in Amsterdam te starten waarin de mens centraal staat. Hij schreef niet alleen een manifest met mooie beloften, maar richtte het bedrijf Manifesto op om de beloften ook waar te maken. Het bedrijf zegt in alles wat ze doen het belang van de klant centraal te stellen. Alle kennis, kunde, ervaring en inzicht worden aangewend om mensen te laten excelleren. "Maar bovenal beloven wij je, dat wij dit alles zullen doen met maar met één oogmerk: om je te helpen je missie te realiseren. En je droom dichterbij te brengen."

Het bedrijf zet zich neer als business coach en personal accountant en is daadwerkelijk een coöperatie waar klanten het voor het zeggen hebben. Resultaat: een accountant anders dan anderen en beter gewaardeerd. Inmiddels heeft Manifesto ook een vestiging in Breda geopend en er zullen er meer volgen. Met de winst organiseert Manifesto onder meer inspiratiesessies voor relaties.

JOLIJN CREUTZBERG (VAN HULLEY): "ALS JE SHIRT TERUGKOMT ALS SHORT, IS HIJ NIET MEER ALLEEN VAN JOU, MAAR OOK EEN BEETJE VAN DE VROUWEN DIE HEM GEMAAKT HEBBEN, VAN HULLIE DUS."



BETEKENISVOL

Op één van deze inspiratiesessies gaf 'mister betekeniseconomie' Kees Klomp aan hoe alle bedrijven betekenisvol kunnen zijn. De veelzijdige Klomp, die ook inspirator zal zijn op de Positive Finance Day, die de stichting New Financial Forum samen met Dazure in november organiseert, richtte recent de sociale onderneming De Wereldbol op. "De Wereldbol wordt een bijzonder, betekenisvol brood", zegt Klomp. "Het gaat handmatig gemaakt worden door mensen die elders moeilijk of niet aan het werk komen; verspild talent, omdat De Wereldbol deels uit verspilde ingrediënten wordt gemaakt en omdat de opbrengsten worden gebruikt worden om bij te dragen aan het goede werk van *The Hunger Project* en dus honger bestrijdt. Door 'hier' straks een super voedzaam en lekker brood te kopen, help je dus straks mee om 'elders' in de wereld honger te bestrijden én om 'hier' verspild menselijk talent concrete werkervaring te bieden. Een constructief ecosysteem dus.... En dat 'gewoon' met het kopen en eten van dagelijks brood." Ook willen de initiatiefnemers het positieve karakter van *The Hunger Project* benadrukken. "Honger is met zo'n 800 miljoen chronisch hongerige mensen namelijk niet alleen één van de grootste maar, tevens ook meest oplósbare problemen in de wereld. The Hunger Project streeft ernaar om - met de juiste interventies - honger voor 2030 de wereld uit te hebben geholpen!"

Klomp richt dus zijn eigen sociale onderneming op. Dit is ook wat de Positive Finance Day wil uitstralen: iedereen en elk bedrijf kan van betekenis zijn. Tijdens dit event kunnen de deelnemers dan ook aan den lijve ondervinden wat sociaal ondernemen inhoudt. Als ze een oud overhemd meenemen, maakt het naaiatelier van Jolijn Creutzberg er ter plekke een boxershort van. Toch is dit niet het business model van Van Hulley. Dit is juist geen naaiatelier waar overhemden omgekat worden tot boxers. Van Hulley is een sociale onderneming. De boxershorts worden gemaakt door vrouwen die graag willen werken, maar

nog niet de benodigde papieren hebben voor hun ambitie op de arbeidsmarkt. Bij Van Hulley doen ze werkervaring op en volgen ze een opleiding. “Van Hulley past precies in deze tijd, waarin we meer aandacht hebben voor duurzaamheid en voor verantwoorde productie. De combinatie van een bijzonder product dat een prachtige maatschappelijke bijdrage levert, haalt het allerbeste uit mij”, zegt Creutzberg. “Als je een Van Hulley hebt, draag je geen omgebouwd overhemd; je draagt een Van Hulley. De naam zegt het eigenlijk al: Van Hulley. Als je shirt weer terugkomt als short, is hij niet meer alleen van jou, maar ook een beetje van de vrouwen geworden. Een beetje van hullie dus.”



”STRIJD MET DOPPER MEE TEGEN PLASTIC AFVAL EN VOOR VEILIG DRINKWATER WERELDWIJD.”

DE NIEUWE ROCKSTERREN

Merijn Everaarts introduceerde de duurzame waterfles Dopper in 2010. “Ik ontdekte dat het plastic dat ik tijdens mijn strandwandelingen in het zand zag liggen, allemaal in steeds kleinere stukjes af zou worden gebroken door de zee, om zich vervolgens te concentreren in een plastic soep.”

Dopper is inmiddels razend populair. Dopper werkt samen met partners als Spotify, Bever en BMW. Het unieke ontwerp van de fles valt regelmatig in de prijzen. In 2016 won het nog de Duitse Green Product Award. Dopper is echter geen mooi ontworpen fles, maar een campagne. Dopper is een succesvolle sociale onderneming. De boodschap is simpel: strijd met Dopper mee tegen plastic afval en voor veilig drinkwater wereldwijd. Een paar weetjes: wereldwijd wordt slechts 1 procent van al het plastic gerecycled en de helft van het plastic wordt na gebruik direct weggegooid. Per dag verdwijnen er vrachtladingen plastic (vaak onbedoeld) in onze oceanen; via straat, sloot, rivier en zee. In de vijf grote oceaangebieden waar dit plastic zich concentreert zit soms wel 36 keer meer plastic dan plankton. Het plastic komt in kleine deeltjes via zeeleven en vogels in onze voedselketen terecht. Eén miljoen zeevogels en 100.000 zeezoogdieren worden jaarlijks gedood door het plastic in onze oceanen. Voor de productie van één plastic flesje is één liter water en één liter olie nodig. Dopper doet hier wat aan. “Winst is niet ons doel; impact op een betere wereld wel. Daarom bekijken we de impact van ons product en onze organisatie vanuit het cradle to cradle concept. We hergebruiken maximaal en minimaliseren waardevernietiging.”

“We willen niet alleen de beste zijn van de wereld, maar ook voor de wereld. Dit betekent dat we naast winst, ook impact willen maken. Dat doen we natuurlijk met onze duurzame waterfles – hoe meer Doppers we verkopen, hoe minder wegwerpflesjes er worden gebruikt – maar ook met de projecten van Dopper Foundation. Vijf procent van onze netto verkoopomzet doneren we aan onze eigen stichting.”

Vanuit deze stichting worden andere changemakers en oplossingen aangemoedigd het tij van plasticvervuiling te keren. Dit behelst alle plastic vervuiling dus niet alleen single-use petflesjes. “Omdat schoon drinkwater een randvoorwaarde is om een duurzaam alternatief te verkiezen boven gebotteld water, investeert Dopper Foundation tevens in veilig drinkwater voor iedereen.

Dopper is een B Corp: een Benefit Corporation, een van de eersten van Europa. Het certificaat werd in 2014 toegekend omdat het bedrijf naast winst ook sociale en ecologische impact maakt. “B Corps zijn de rocksterren van de nieuwe economie. Het is een beweging die, onder het credo ‘using business as a force for good’, staat voor een nieuwe vorm van bedrijfsvoering.”

Andere B Corps in Nederland zijn Tony’s Chocolonely, Fairphone en WakaWaka. Wereldwijd zijn er inmiddels meer dan 2000 B Corps.

FABRIEK

MaatschapWij is een inspirerende verzamelplaats van betekenisvolle bedrijven. “Nederland kan mooier en beter! Onderwijs moet aansluiten op de eisen van de tijd, zorg moet veel meer maatwerk worden, de economie moet bijdragen aan een betere wereld in plaats van de planeet te verwoesten en de kloven in onze samenleving moeten kleiner worden, niet groter. Er ligt geen

blauwdruk klaar en naar anderen wijzen helpt niet. We moeten het zelf doen, samen. Er is veel om je zorgen over te maken, maar er gebeurt ook al heel veel om de maatschappij te verbeteren. MaatschapWij maakt dat zichtbaar. Door gewone mensen en bijzondere initiatieven in de spotlight te zetten, successen te vieren en jou te inspireren ook in actie te komen", aldus de site www.maatschappijwij.nu.

Op deze is site is onder meer Menno Stom van De Krachtfabriek te vinden. Dit kleinschalige burgerinitiatief is inmiddels uitgegroeid tot een bruisende onderneming in een voormalig schoolgebouw in Houten. Met zes werkplaatsen waar producten en diensten uitgeruild worden tussen meer dan 200 deelnemers. Zonder tussenkomst van geld. Van waxinelichthouders tot bijenhotels, van kappersbeurten tot imagoadvies, het komt allemaal voor in de micro-economie die De krachtfabriek is. Hier helpen werkwillenden elkaar om op een positieve manier vorm te geven aan het leven zonder betaalde baan, en om met frisse moed te blijven zoeken naar werk en activiteiten. De deelnemers stimuleren elkaar om te ondernemen en zichzelf te ontwikkelen. In de afgelopen 2,5 jaar vond zestien procent van de deelnemers (tijdelijk) betaald werk. Maar misschien wel net zo belangrijk: er zijn tientallen initiatieven en ondernemingen ontstaan uit de broedplaats."

"De KrachtFabriek laat zien dat ook burgerinitiatieven op het gebied van de aanpak van werkloosheid succesvol kunnen zijn. Het is een mooi voorbeeld dat navolging verdient, ook in andere gemeenten!", aldus Stom. Het concept vindt al navolging in de gemeenten IJsselstein en Leerdam: 'Kracht in IJsselstein' opende in 2015 officieel haar deuren en 'De TalentFabriek' in Leerdam in 2016.

ECHT WAAR

De Stichting echtWaar uit Utrecht werd in januari 2015 opgericht door onder andere Loes van der Heijden en Irma Heijnsdijk. De stichting biedt werkplek voor mensen met een arbeidsbeperking die zich in een veilige omgeving kunnen ontplooien en ontwikkelen. Er worden producten van keramiek en textiel gemaakt van recyclebare materialen. Integratie met buurtbewoners is een andere doelstelling. De oprichters hebben niet alleen opleidingen en ervaring op het gebied van keramiek en textiele werkvormen, maar ook ruim 20 jaar ervaring in het werken met mensen met een beperking en andere kwetsbare doelgroepen. Het enthousiasme van de medewerkers is enorm. Velen van hen willen hun verhaal kwijt in de nieuwsbrief. "Werkeloosheid komt bij echtWaar niet voor", aldus Gerard van der Steen. Ze zijn trots er te mogen werken. "Sommige mensen komen bijna iedere dag', vertelt Loes van der Heijden in De Nieuwe Praktijk. "Anderen komen een paar dagdelen per week. Samen met onze dertien medewerkers maken zij onder meer tassen, schorten en mokken met de Dom van Utrecht erop. De passie en het plezier spat ervan af."

Stichting echtWaar biedt de mensen die er dagbesteding volgen structuur en regelmaat in hun leven, en laat hen zien dat ze aantoonbaar bijdragen aan de samenleving. "Ze zijn heel trots op de producten die ze gezamenlijk maken, aan het einde van de dag stralen ze helemaal. En het nuttig bezig zijn, verhoogt hun eigenwaarde."

Ook voor de omgeving heeft echtWaar waarde, het neemt druk weg bij de familie en vrienden die mantelzorg verlenen.

Om gebruik te maken van de ruimte, het gereedschap en de vakkennis van Loes en Irma, kan iedereen een strippenkaart kopen voor 50 euro. Op deze manier komen de gebruikers van de strippenkaart en de medewerkers van echtWaar met elkaar in contact en wordt de maatschappelijke drempel tussen deze groepen lager.



Een groep van 15 Turkse studenten (meubelmakers en interieurontwerpers in opleiding) uit Malatya op bezoek bij de KrachtFabriek.

JEZELF OVERBODIG MAKEN

Peter van Bergen wil het liefst zijn eigen onderneming overbodig maken. Over Rood is er namelijk voor ondernemers die in grote financiële problemen zitten of daarin verzeild dreigen te raken. Met workshops en trainingen door financieel specialisten helpt Over Rood deze ondernemers hun weg te vinden in ingewikkelde overheidsregelingen, hun zelfvertrouwen te herwinnen en een nieuwe start te maken. "Deze mensen steken hun nek uit. dat hoort bij ondernemen. Maar als ze één keer een misstap maken, kan ze dat zomaar tien





jaar van hun leven kosten", aldus Van Bergen op Maatschapwij.nu.

Van Bergen werkte voor het Rode Kruis toen hij op het idee kwam. Vanwege zijn achtergrond als ondernemer werd hij ingezet om ondernemers te helpen die veel schulden hebben en daar moeilijk uitkomen. Bij zijn eerste bezoek ontdekte hij dat mensen met schulden vaak ook sociale en psychische problemen hebben: "Ik zag een bange, schichtige en ontredderde man. Iemand die al lang niet meer buiten was geweest, zichzelf had opgesloten in z'n huis. Hij hield de gordijnen gesloten en had zeven jaar ongeopende post verzameld. Over Rood droomt van een eenvoudige wereld waarin iedereen zijn eigen toekomst kan bepalen. Waarin wetten en regels toegankelijk zijn en iedereen de juiste informatie heeft. Mensen om kunnen gaan met tegenslagen. En elkaar helpen die te overwinnen. Zodat niemand buitenspel komt te staan."

Het probleem dat Over Rood aanpakt, bleek nog groter dan Peter al dacht. Na de eerste vestiging in Utrecht heeft Over Rood inmiddels afdelingen in Amsterdam, Arnhem, Breda en Zwolle.

BURN-OUT

Dit zijn een aantal willekeurige voorbeelden van ondernemers, mensen die het roer omgooien. Omdat ze vinden dat het anders kan en beter moet. Dat kan op kleine schaal, maar ook op grote schaal. Het kan ook op allerlei manieren. Zo pleit Lush, de hippe zeepfabrikant, heel populair onder jonge dames, ervoor om vooral ook netjes belasting te betalen, waar ook ter wereld. Waarom? "Omdat we willen dat onze klanten leven in een veilige omgeving, toegang hebben tot goed onderwijs en goede zorg en we geloven dat belasting betalen hieraan bijdraagt."

VOOR JEZELF ZORGEN

Hoe je ook wilt bijdragen aan een betere wereld, blijf altijd goed voor je zelf zorgen. Dat is de meest wezenlijke bijdrage om betekenisvol te kunnen blijven. Op het VVP Inkomen-event krijgen de deelnemers inzicht hoe dit verkeerd kan gaan. Top-ondernemer en creatieve duizendpoot Sebastian Mennes is openhartig over zijn burn-out. Hij werd in 2009 verkozen tot één van de meest veelbelovende ondernemers van Nederland en is nog altijd een van de meest duurzame koplopers van Nederland. Al op 17-jarige leeftijd startte hij als gymnasiast zijn eerste webshop en zette daarna verschillende internetbedrijven op, waaronder een Software/App-ontwikkelaar en een eigen R&D vestiging in de staat Kerala, in het zuiden van India. Daar werd hij actief op het gebied van ontwikkelingssamenwerking. Als voorzitter van de Stichting Verantwoord Uitbesteden bouwt hij aan *Sharefood.in, the Food Network*, met het uiteindelijke doel om voedseldistributie in ontwikkelingslanden te decentraliseren.

Naar eigen zeggen was hij slecht in delegeren en een control-freak. De balans tussen werk en leven was zoek, met een burn-out als gevolg. Op zeer bevlogen wijze deelt hij de inzichten die hij opdeed in de jaren waarin hij zichzelf als mens en als ondernemer opnieuw moest uitvinden. Hij sprak voor duizenden ondernemers in de Ziggo Dome, waar hij het podium deelde met Richard Branson, Al Gore en Bear Grylls. Zijn boodschap: "Het leven draait écht niet alleen om commercieel succes. Jaag jij je dromen na, of zit je gevangen in de rat-race waar de waan van de dag regeert?" ■