

# Ode aan de mensen van nu

Overall kom ik ze tegen – geïnspireerde mensen. Ondernemend. Authentiek. Met of zonder geld. Verrassend en bevlogen. Origineel in aanpak. Aanstekelijk enthousiast. *VPRO Tegenlicht* maakte er onlangs een mooie reportage over onder de titel ‘mensen van nu’. Over een jonge generatie ondernemers die met hun bedrijf een rol van betekenis willen spelen in de transitie naar een duurzame samenleving. Wat zijn dat voor mensen? Drie mini-portretten en een serie lessen voor iedereen die open staat voor vernieuwing van de financieel-economische wereld.

**Rob Wijnberg** (1982) is filosoof en oud-hoofdredacteur van *NRC next*. Zijn laatste boek *De Nieuwsfabriek* (2013) is geschreven als een manifest hoe mooi de journalistiek kan zijn. In de kern zag hij een nieuwe krant voor zich die dagelijks, vrij van advertenties, de wereld van meer context zou voorzien. Voorbij de waan van de dag, voorbij de belangen van persvoorlichters, bedrijven en andere belanghebbenden, schrijven over de dingen die er echt toe doen. Het was zijn droom om het begrip ‘actualiteit’ te herdefiniëren: niet om de aandacht te trekken, maar om je inzicht te bieden in hoe de wereld werkt. Wijnberg haalde dit jaar in één week 1 miljoen euro op via crowdfunding, nog nooit eerder is er in Nederland zoveel geld in zo’n kort tijdsbestek opgehaald via crowdfunding! Inmiddels betalen meer dan 23.000 mensen € 5 per maand om dagelijks, vrij van advertenties, toegang te hebben tot *De Correspondent*, een verademing voor wie van kwaliteitsjournalistiek houdt. Wijnberg: “Ondernemen gaat vandaag de dag om maatschappelijk toegevoegde waarde. Vroeger betekende succes dat je rijk en groot genoeg was voor de buitenwereld. Tegenwoordig is het de vraag of de samenleving iets heeft aan wat je onderneemt. Wat voor betekenis heeft je werk?”

**Sascha Landshoff** (1988) is kunstenaar, kok en voedselliefhebber. Begin dit jaar startte hij de Tostifabriek, waar alle ingrediënten voor een tosti middenin de stad Amsterdam worden verbouwd. Er worden koeien gehouden voor de kaas, varkens voor het vlees en een akker met graan aangelegd voor het

brood. De Tostifabriek heeft dan ook als doel mensen bewust te maken van de tijd en energie die voedselproductie kost: zelfs zoetsimpels als een tosti blijkt zo simpel nog niet. Landshoff: “Sneetje brood, plakje ham, plakje kaas. Ogenscheinlijk heel eenvoudig zo’n tosti. In de Tostifabriek onderzoeken we samen met bezoekers of het echt zo simpel is. Midden in de stad zullen we met een zelfgebouwd graanveld, twee varkens en twee koeien, alle ingrediënten van een tosti van begin tot eind zelf produceren. Eind februari zaaïen we het graan in. Eind september oogsten we duizend tosti’s!” Het nieuwe ondernemen gaat voor Sascha Landshoff over zichtbaar gemaakte liefde.

**Petra van Roon** (1983) is ondernemer en ambachtsvrouw. Ze heeft het uitgestorven beroep van barbier weer teruggebracht in Amsterdam en is samen met haar vriend de eigenaar van de zaak Barber. Het barbiersvak heeft ze zichzelf geleerd door naar YouTube te kijken en de baard van haar vriend te scheren. Hoewel ze van de kunstacademie komt, vond ze dat ze meer een doener was en kwam ze in de zorg terecht. Ze wil de persoonlijke aandacht en contact uit die wereld, meenemen naar het ambachtsvak en kwam zo uit op het vak barbier. Van Roon: “Ik heb een voorliefde voor ambacht. Er zijn, afgezien van de kroeg, weinig plekken voor een man om van het goede leven te genieten.”

Deze drie miniportretten zijn slechts een kleine greep uit een rijk aanbod van jonge ondernemers die met



// Ergens voor zijn helpt ons met de stroom mee te bewegen // IVO VALKENBURG

hun bedrijf de wereld om ze heen een beetje mooier maken. Impact Hub Amsterdam is een voorbeeld van een verzamelpaats van meer dan driehonderd jonge ondernemers die met of zonder geld, ervoor kiezen om door middel van hun bedrijf het verschil te maken voor de samenleving. Ook de financiële sector telt steeds meer ondernemers die hun bedrijf gebruiken om te werken aan hersteld vertrouwen of hun cliënten willen laten ervaren hoe puur financiële dienstverlening kan zijn. De jury van de Financial Marketing Award heeft onlangs een serie van dit soort financiële parels op een rijtje gezet. Wat zijn de wijze lessen die we van de nieuwe generatie van gedreven sociaal ondernemers kunnen leren?

### LES 1: WEES VÓÓR, NIET TEGEN

**Joost Janmaat** (1977), mede-oprichter van de Open

#### ACHT WIJZE LESSEN

1. Wees vóór, niet tegen
2. Beweging ontstaat vanuit rust
3. Alles draait om echtheid
4. Van bezit naar gebruik
5. Oplossingen komen vanuit jezelf
6. Werk is zichtbaar gemaakte liefde
7. Echte status is laten zien wie je bent
8. Het kostbaarste goed: het leven

Coop en Partizan Publik, een bedrijf dat bezighoudt met de maakbaarheid van de stad, verwoordt het als volgt: “Ik ben niet tegen ABN Amro, ik ben wel voor coöperatief bankieren. Ik ben niet tegen de IND, ik ben wel heel erg voor mijn vriendin uit Libanon.” Het is een aloude spirituele wijsheid dat een tegenkracht in praktijk als het ware olie op het vuur van het bestaande gooit. Ik heb een vriend die steevast bedankt om nog een bijdrage te leveren aan de kankerbestrijding. Moeder Teresa ging dan ook niet protesteren tegen de oorlog, maar voor de vrede. Hoe vaak zijn we in ons leven niet tegen iets. Hoe vaak weten we perfect te verwoorden wat we niet willen. De doorgang in ondernemen zit in de ‘Ja!’ en niet in de ‘Nee!’. De weerstand in het leven, of het nu gaat om ziekte, zorgplichtregels of de kritische houding van consumenten, wordt alleen maar groter door er tegen te vechten.

Er zijn tegenwoordig artsen die onderzoeken hoe ze samen met een virus of een bacterie kunnen werken, in plaats van louter bestrijding ervan. ‘Heb je vijanden lief’ geeft het ook zo mooi aan. Kunnen we de weerstand in ons leven, in onze bedrijfsvoering, in de omgang met de mensen en situaties om ons heen, liefhebben? Zijn we in staat om onze praktische oplossingen positief te formuleren? Zijn we bereid om onze onvrede, ons ongenoegen over van alles en nog

wat om te draaien? Wat is het dat we wel voor ogen hebben? Hoe ziet het eruit wat je wel wilt bereiken? Ergens voor zijn helpt ons met de stroom mee te bewegen.

## LES 2: BEWEGING ONTSTAAT VANUIT RUST

“Snelle hartslag? *Niet duurzaam*. Korte adem? *Niet duurzaam*. In je hoofd? *Niet duurzaam*. Inspiratie zoeken bij anderen? *Niet duurzaam*. Vasthouden aan status? *Niet duurzaam*. Continu moe? *Niet duurzaam*.” Zo attendeerde Jeroen Timmers (1980), initiatiefnemer van Giving is all we have, onlangs de lezers van *New Financial Magazine* erop hoe duurzame transitie alleen mogelijk is als het van binnenuit begint. In onszelf, met onszelf. Daarvoor is rust en stilte nodig. Echte tijd voor onszelf. Bij voorkeur in de natuur, op plekken waar je door Moeder Aarde een handje wordt geholpen om voorbij het doolhof aan gedachten en emoties te komen. Om voorbij onze innerlijke scheidsrechters, oordelend over goed en fout, te arriveren op een plek waar we geen last meer hebben van het lawaai van de wereld. Een moment waarop we duidelijk onze innerlijke stem kunnen horen. Waar we opnieuw toegang hebben tot gouden invallen, en inspiratie voor creativiteit en gezonde ideeën voor mens en bedrijf.

## LES 3: ALLES DRAAIT OM ECHTHEID

Vrijwel allemaal zijn we op slag verkocht als we te maken hebben met de puurheid van een authentiek ondernemer. Of je nu in beginsel wel of niets hebt met zijn of haar dienstverlening. Je bent verkocht voordat je het zelf in de gaten hebt. Ik herinner me nog goed hoe ik zelf binnen een halfuur besloot om een COCO-Mat bed te kopen. De echtheid van het product, en de mensen die het met zoveel liefde hebben gemaakt, spat ervan af. Je ervaart de puurheid van alle natuurlijke materialen en het warme hart van de mensen in het productieproces. Iedereen die de oprichter/eigenaar van COCO-Mat, Paul Efmorfidis, kent, weet waarover ik spreek. Hij verkoopt geen bedden, zoals er in de financiële sector nogal wat producten worden verkocht. Hij wil zoveel mogelijk mensen ter wereld de Griekse gastvrijheid, de echtheid van de Grieken, laten ervaren. Ondertussen opent hij de ene na de andere zaak, en dat midden in een diepgaande financiële crisis. De Vereniging Life Planners Nederland staat voor het hebben van een echte ontmoeting, echte gesprekken met klanten over geld en de betekenis van je leven. Daar passen geen starre draaiboeken, protocollen en handboeken bij. Waarom staan de mensen voor het financiële adviesbureau All Insure in de rij voor betaald advies?

Omdat Maurice van den Hemel, de eigenaar, met zijn team de COCO-Mat ervaring oprecht heeft vertaald naar de financiële praktijk. Echtheid, puur zijn, trekt mensen als een magneet aan.

## LES 4: VAN BEZIT NAAR GEBRUIK

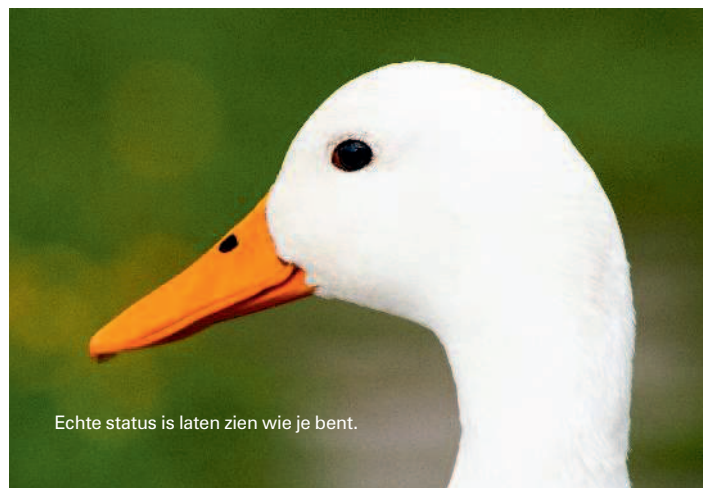
Waarom zou je zaken willen bezitten, als je er veel voordeliger lekker gebruik van kunt maken? Wereldwijd delen mensen steeds meer met elkaar. Geld, huisvesting, auto's en gereedschappen. Airbnb

// **Kwaliteit van leven is het uitgangspunt voor de mensen van nu** //

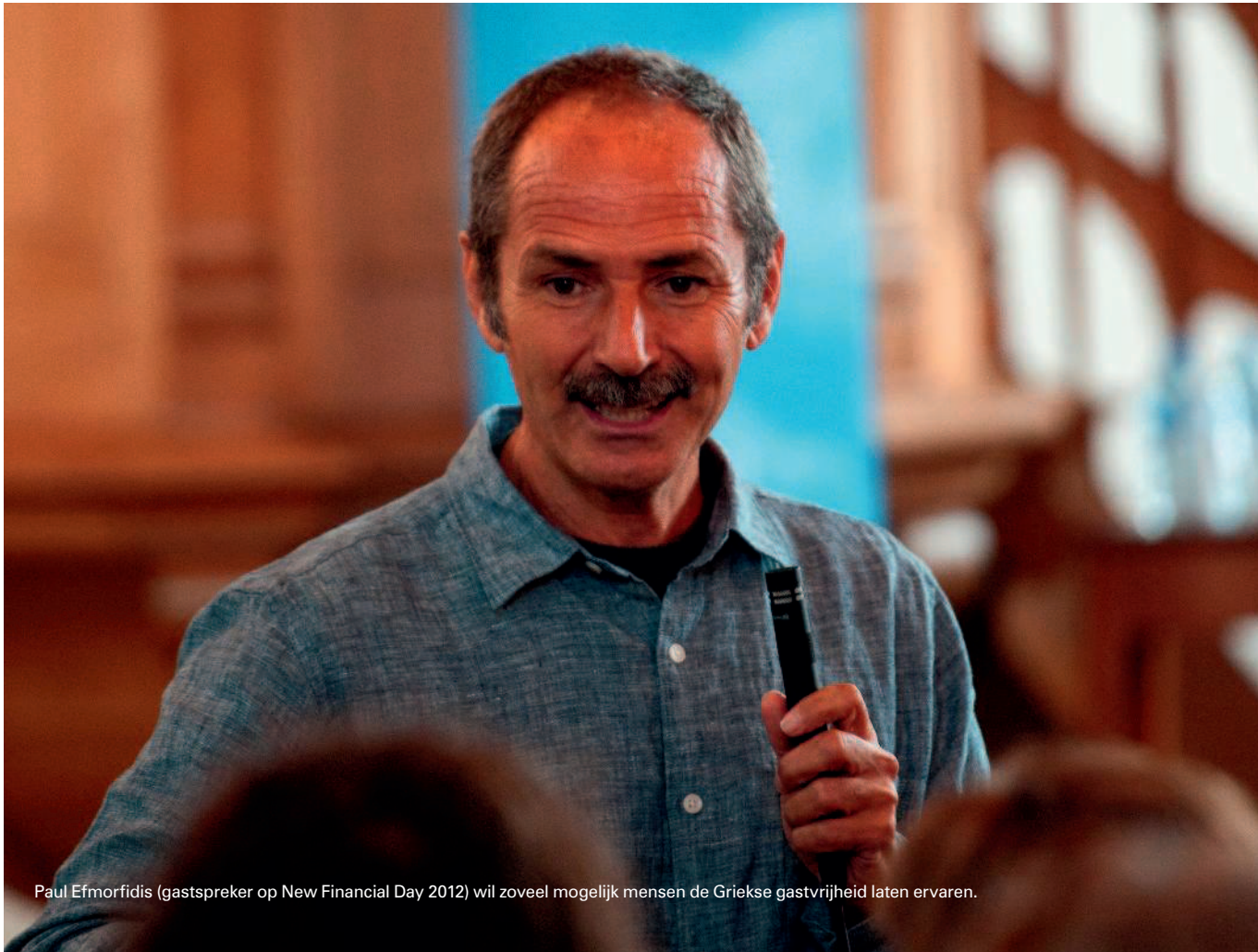
beschikt inmiddels over meer hotelkamers dan Hilton. De jonge generatie ondernemers maakt haast nooit meer gebruik van een hotel. Ze beschikken over een auto, soms een tweede huis, maar zijn er geen eigenaar van. Ze gebruiken het alleen. Het onderlinge vertrouwen tussen mensen groeit enorm. Dat blijkt wel uit de forse groei van het aantal bedrijven dat werkt op basis van *collaborative consumption*, waarin de meest uiteenlopende producten en diensten door een groep mensen onderling wordt gedeeld. Waar blijven de financiële dienstverleners?

## LES 5: OPLOSSINGEN VANUIT JEZELF

Van oudsher heeft de financiële sector zich nogal afhankelijk opgesteld van anderen. Er is door velen



Echte status is laten zien wie je bent.



Paul Efmorfidis (gastspreker op New Financial Day 2012) wil zoveel mogelijk mensen de Griekse gastvrijheid laten ervaren.

lang gewacht tot problemen en obstakels zouden worden opgeruimd door brancheorganisaties, financiële instellingen, de overheid of de politiek. Het is prachtig om te zien hoe de jonge generatie van ondernemers nauwelijks of geen verwachtingen meer heeft dat oplossingen van buiten komen. ‘Als we op de overheid moeten wachten, kunnen we wachten tot we een ons wegen’. Wat dat betreft lijkt de door Mark Rutte voorgestelde participatiemaatschappij al behoorlijk te werken als het gaat om de jonge ondernemers. Ze lossen problemen zelf of, of met elkaar. Ze zijn bereid om verantwoordelijkheid te nemen. Om zogenaamde schijnzekerheden van vaste contracten in te ruilen voor autonomie. Ze willen zelf aan het roer staan. Doen het op hun eigen manier. Met of zonder geld. “Als er geen geld is, dan zorgen we eerst voor voldoende afzet. Als je echt iets te bieden hebt, zijn er altijd mensen die er op welke manier dan ook in willen investeren.” Petra de Boevere kreeg geen financiering van de bank voor de plannen van haar slijterij. Ze vond honderd *believers* die elk bereid waren om 1.000 euro te investeren. Het eerste jaar betaalt ze niets terug, maar ontvangt elke investeerder wel 10% korting op alle producten. Vanaf

het tweede jaar volgt terugbetaling van de investering met een bonus, in natura. De Boevere heeft het heft in eigen hand genomen en beschikt inmiddels over een betrokken kring van klanten.

## LES 6: WERK IS ZICHTBAAR GEMAAKTE LIEFDE

Mensen van nu leggen hun hart in het werk. Het is de liefde die je proeft in de producten en de dienstverlening. Mensen zijn gek op hun vak. Het werk wordt meer en meer als een ambacht beschouwd. Onlangs hoorde ik mijn belastingadviseur nog opmerken dat het voor hem zo moeilijk is om bij een verzekeraar nog iemand aan de telefoon te krijgen die echt van wanten weet, voor wie het verzekeringsvak nog een vak is. Hoe zeer worden we aangetrokken door een ondernemer die niet werkt voor het geld. Mensen vallen voor oprechte liefde. Steeds vaker wordt de vraag gesteld wie er achter het product zit. Is het gemaakt aan een lopende band of heeft iemand er persoonlijk liefde ingestopt. Liefde werkt niet alleen ingeval van eten en drinken. Het werkt ook in de financiële

dienstverlening. Toch staat het nog steeds vaak op gespannen voet met de bestaande 'blauwe' cultuur van controle, checklisten en doelstellingen behalen. De liefde valt niet te sturen. De liefde vraagt om vertrouwen. Zoals we al bij de *collaborative consumption* zagen, groeit het onderlinge vertrouwen tussen consumenten snel. Kan de financiële sector dat tempo bijhouden? Towers Watson kwam in 2012 nog tot de conclusie dat slechts een derde van het aantal werknemers zeer betrokken is bij het werk. Met andere woorden: twee derde kan zijn of haar liefde niet echt kwijt of voelt zich 'niet betrokken' in de woorden van Towers Watson. Stel je voor dat je die aan de lijn krijgt met een vraagje over je financiële situatie.

### LES 7: STATUS IS LATEN ZIEN WIE JE BENT

Uit eigen ervaring weet ik hoe belangrijk 'status' is voor veel mensen in de financiële sector. Voor de een betekent het erkenning. Voor de ander rijkdom of succes in welke vorm dat ook. Status gaat vooral om een gewenst beeld voor de buitenwereld. Kijkend naar de jonge ondernemers van nu blijkt status nog steeds een rol van betekenis te spelen. Status voor de jonge generatie van ondernemers gaat niet zozeer meer om de buitenkant, maar juist om het tonen van de binnenkant. Het laten zien van wie je bent, en wat je

voor talenten in huis hebt. Het jezelf bloot stellen aan de ander zoals je ten diepste bent, dat is wezenlijk, puur en echt. Status betekent voor jonge ondernemers vaak het wakker zijn in eigen talenten, zichzelf en de omgeving daarmee voeden. Het aan de wereld tonen van je authentieke zijn.

### LES 8: KOSTBAARSTE GOED: HET LEVEN

Kwaliteit van leven is het uitgangspunt voor de mensen van nu. Ze hebben weinig tijd, zin en energie meer om achter dingen aan te hollen die minder belangrijk zijn dan het leven zelf. Uiteraard geeft iedereen zijn eigen invulling aan wat kwaliteit van leven is. Het gaat echter altijd om geluk, betekenis, zingeving of een variant daarop. Het is niet meer werken, werken, werken om straks te kunnen doen wat we altijd al wilde doen. Het werken staat in het teken van een fijn leven. Waarden zoals gezondheid, schoonheid, kracht, intelligentie, creativiteit en liefde staan centraal in het maken van besluiten en het kiezen van prioriteiten. Stel je toch voor dat je financieel adviseur zijn of haar leven als het kostbaarste goed beschouwt. Altijd eerst goed voor zichzelf zorgt, zijn hart volgt, het leven maximaal leeft zoals het voor hem of haar valt te leven. Wat een genot om bij zo'n adviseur aan te kloppen. ■

#### Websites aangehaalde voorbeeldondernemers

De Correspondent – de nieuwe krant van Rob Wijnberg  
De Tostifabriek – de geboorte van een tosti ervaren  
Barber – ambachtsvrouw Petra van Roon

[www.decorrespondent.nl](http://www.decorrespondent.nl)  
[www.detostifabriek.nl](http://www.detostifabriek.nl)  
[www.barber.nl](http://www.barber.nl)

Partizan Publik – Joost Janmaat is vóór, niet tegen  
Giving is all we have – Jeroen Timmers begint bij zichzelf  
COCO-Mat – zichtbaar gemaakte liefde  
All Insure – Alles draait om echtheid  
Airbnb – Van bezit naar gebruik

[www.partizanpublik.nl](http://www.partizanpublik.nl)  
[www.givingisallwehave.com](http://www.givingisallwehave.com)  
[www.coco-mat.com](http://www.coco-mat.com)  
[www.allinsure.nl](http://www.allinsure.nl)  
[www.airbnb.nl](http://www.airbnb.nl)

Collaborative consumption – serie praktijkvoorbeelden  
Meisje van de slijterij – Petra de Boevere financiert zichzelf  
Towers Watson - studie naar engagement  
Vereniging van Life Planners Nederland – het kostbaarste goed: het leven  
Impact Hub Amsterdam – kraamkamer voor betekenisvolle innovatie  
VPRO Tegenlicht – Mensen van nu (7 oktober 2013)

[www.collaborativeconsumption.com](http://www.collaborativeconsumption.com)  
[www.meisjevandeslijterij.nl](http://www.meisjevandeslijterij.nl)  
[www.towerswatson.com](http://www.towerswatson.com)  
[www.vlpn.nl](http://www.vlpn.nl)  
[www.amsterdam.impacthub.net](http://www.amsterdam.impacthub.net)  
[www.vpro.nl/tegenlicht](http://www.vpro.nl/tegenlicht)

#### Overzicht financiële parels in de branche

Nationale Dag Financiële Marketing  
Ambassadeurs New Financial Forum  
Serie VVP-artikelen 'Crazy Ones'

[www.ndfm2013.nl](http://www.ndfm2013.nl)  
[www.newfinancialforum.nl](http://www.newfinancialforum.nl)  
[www.ivovalkenburg.nl/crazy-ones](http://www.ivovalkenburg.nl/crazy-ones)

#### Samen bouwen aan een nieuwe financieel-economische wereld

Economy Transformers (NL)  
New Economics Foundation (VK)  
New Financial Forum (NL)  
Plan B – Sir Richard Branson  
Positive Money (internationaal)  
Schumacher College (VK)  
The Purpose Economy (internationaal)

[www.economytransformers.com](http://www.economytransformers.com)  
[www.neweconomics.org](http://www.neweconomics.org)  
[www.newfinancialforum.nl](http://www.newfinancialforum.nl)  
[www.bteam.org](http://www.bteam.org)  
[www.positivemoney.org](http://www.positivemoney.org)  
[www.schumachercollege.org.uk](http://www.schumachercollege.org.uk)  
[www.purposeeconomy.com](http://www.purposeeconomy.com)