Max Wohlgemuth Kitslaar reed 16.468 kilometer langs bedrijven die werken aan een betere wereld. Op zijn zwart-witte Moto Guzzi uit 1976 reed hij in zes maanden van Chili naar New York en bezocht tweeëndertig bedrijven in zes landen en sprak met ondernemers die de verantwoordelijkheid nemen om de wereld beter te maken.

TEKST **IVO VALKENBURG** | BEELD **MAX WOHLGEMUTH KITSLAAR**



In Ecuador. Met onder meer een bezoek aan Arendamos, producent van educatieve videoseries), Loma Wasi (B&B voor ervaringstoerisme) en La Casa Nuestra (economisch en cultureel centrum).

"Winst maken zonder je ziel te verliezen"

Volgens Max kan elk mens kan voor impact zorgen "Het belangrijkste is om te beginnen, om aan de slag te gaan. Bedrijven kunnen het zich niet veroorloven om af te wachten tot hun business model veroudert. En individuen kunnen het zich niet veroorloven om te wachten op een burn-out of een midlifecrisis."

Het was voor Max een bewuste keuze om langs tweeëndertig bedrijven te gaan. Niet langs stichtingen, of non-profit instellingen. Juist alleen bij ondernemers die aan de ene kant erop gericht zijn om winst maken en aan de andere kant de wereld aan het verbeteren zijn. Dat gaat volgens Max prima samen. "Rondom sociale innovatie heeft lange tijd een waas van hippies en softies gehangen. Die tijd is echt voorbij. Het gaat tegenwoordig om keihard geld. Het getuigt van zakelijke domheid als je niet aan de slag gaat met betekenisvol ondernemen. Met de inzet van je onderneming kun je een positieve impact maken op kwaliteit van leven in de wereld", aldus een enthousiast gedreven Max Wohlgemuth Kitslaar, die elke onderneming als een potentieel

instrument ziet om te bouwen aan een nieuwe samenleving van welzijn en geluk voor mens, natuur en samenleving.

MEGA BOTERHAM

"Er is een mega boterham te verdienen met sociaal ondernemen. De voorbeelden zijn legio. Van klein tot groot. Kijk bijvoorbeeld naar Patagonia, een internationaal bedrijf met meer dan 1.350 medewerkers. De in California gevestigde firma is uitgegroeid tot een leidende producent van buitensportartikelen, met de inzet om verantwoord om te gaan met het milieu. Nota bene met de boodschap: 'Koop onze kleding niet' (*Don't Buy This Jacket*) vanuit een reclamecampagne om het thema van ongebreideld consumentisme aan te kaarten. Patagonia-oprichter Yvon Chouinard laat het doel voorafgaan aan de winst. Hij ziet als geen ander hoe het zakenleven debet is aan het vijandig tegemoet treden van de natuur, het vernietigen van inheemse culturen, voor het stelen van de armen en het geven aan de rijken en voor het vergiftigen van de aarde met de afvalproducten van fabrieken. En tegelijkertijd benadrukt Chouinard dat het zakenleven ook voedsel kan produceren, ziekten genezen, de bevolkingsgroei afremmen, mensen in dienst nemen en in het algemeen ons leven verrijken. En al deze goede dingen kan het allemaal doen en ook winst maken, zonder zijn ziel kwijt te raken. Dit heb ik tijdens mijn reis tientallen bedrijven ook echt zien doen."

"TERWIJL WIJ HIER STRUIKELEN OVER DE LAATSTE SCHANDAALTWEETJES VAN POPULISTISCHE POLITICI IN DEN HAAG, LOSSEN DEZE SOCIAAL-INNOVATIEVE ONDERNEMERS GEWOON DE PROBLEMEN VAN DE WERELD OP"



In Argentinië. Met onder meer een bezoek aan Feria Sabores del Mundo (rondtrekkende braderie met traditionele gerechten en handwerk), Guayaki (groothandel in biologische thee) en Eco Casita (speelhuis van gerecyclede materialen).

CREPES & WAFFLES

"Een paar maanden geleden deed Shelltopman Ben van Beurden op het NOS-journaal de uitspraak: 'Ik pomp alles op wat ik kan oppompen, want dat moet van onze aandeelhouders'. Stel je toch voor als Shell haar hoog getalenteerde mensen, *state of the art resources*, zou inzetten om een snelle transitie te bewerkstelligen naar schone energiebronnen... Wat een enorme business case heb je dan. Alle bedrijven die ik onderweg ben tegengekomen, laten zien dat het uitstekend mogelijk is om goed geld verdienen in combinatie met een betere wereld. Neem bijvoorbeeld Crepes & Waffles in Colombia. Een familiebedrijf, dat sinds de oprichting vijfendertig jaar geleden, is uitgegroeid tot de grootste restaurantketen van Colombia. Vanaf het moment dat ik Colombia binnenreed, zag ik overal restaurants van Crepes & Waffles. Overal zitten die restaurants stampvol, waanzinnig populair. Een multinational met vierduizend mensen in dienst in negen landen. Meer dan 90 procent van de mensen zijn aangenomen als alleenstaande moeder uit de laagste sociale klassen. Daarnaast helpen ze kleinschalige boeren om over te stappen op biologische landbouw. Ze nemen als multinational volop maatschappelijke verantwoordelijkheid. Het is een keuze om wel of niet te gaan voor betekenisvol ondernemen."

GUZZI

Voor Max is motorrijden als mediteren. "Het neemt alle gevoel van haast weg. In mijn helm ben ik gefocust op de weg en ontspannen tegelijk. De perfecte combinatie van lichaam en geest. Na een motorrit voel ik me een kussen waar net het sloop van verschoond is en dat met een pets is opgeschud. De ruis in mijn hoofd verdwijnt om goede ideeën alle ruimte te bieden tot opschoning en



Op Time Square eindigt de reis in de Verenigde Staten onder meer een bezoek aan Cooperative Coffees (inkoopcooperatie van koffiebonen), Moog Music (producent van analoge synthesizers en effectpedalen) en Impact Makers (IT0 en management consultants)

vooruitgang. Een motor haalt het beste in de mens naar boven. Een oude Guzzi heeft zo'n goedaardige uitstraling dat kinderen erop kruipen voor een foto. Hij zorgt ervoor dat iedereen naar je toe komt voor een praatje en hij mag altijd overnachten, in winkels, en lobby's tot woonkamers aan toe."

Na zeven jaar een sleutelrol te hebben vervuld in de ontwikkeling van een technologiestart-up, besloot Max om het roer om te gooien. "Alle beslissingen gingen over geld. Ik ben echt niet vies van geld. Geld is belangrijk. Echter niet alleen maar. Ik heb na mijn vertrek een week vakantie geboekt naar Mallorca. Een beetje op doktersadvies. Ik had zeven jaar keihard gewerkt en was supermoe. Met een tekort aan ijzer en vitamine D als gevolg. Te veel binnen gezeten en te weinig zonlicht gezien. Op Mallorca las ik het boek van de Nederlandse journalist Paul van Hooff die op een vergelijkbare 40 jaar oude Moto Guzzi van Noord-Alaska naar Zuid-Argentinië was gereden."

Max werd geïnspireerd door het reisverhaal van Paul van Hooff. "Ik zal het nooit vergeten. Ik zat op het strand, las zijn boek uit en sloeg het boek met een lekkere klap dicht. Heel bizar, maar op dat moment zag ik opeens heel helder voor me dat ik ook zo'n reis ging maken. Ik wist ook direct dat ik niet van A naar B ging rijden alleen omdat ik dat leuk vond, maar ik wilde dat mijn reis een bredere betekenis krijgt. Want die betekenis miste ik juist in het werk dat ik daarvoor met zoveel plezier had ge-

daan. Ik wilde zichtbaar maken hoe ondernemers wereldwijd actief zijn aan het verbeteren van de wereld en praktijkverhalen delen via de website die ik daarvoor gebouwd had. Toen nog niet wetende dat de trip uiteindelijk zou leiden tot de publicatie van het boek *Tijd om te Schakelen*, wereldwijd uitgegeven in zowel de Nederlandse, Engelse als Spaanse taal."

LATIJNS AMERIKA

De keuze om juist ondernemers in Zuid-Amerika te bezoeken was een voor de hand liggend. Voor de omgeving van de in 't Gooi opgegroeide Max was het bijna vanzelfsprekend dat hij bankier of advocaat zou worden. Met een Nederlands-Duitse vader en een Poolse moeder had hij evenwel altijd geleerd om vooral zichzelf te blijven. Tijdens zijn studie internationaal strafrecht in Amsterdam wandelde hij op een gegeven moment een werkgroep binnen waar zijn oog direct viel op een koffiemok van zijn professor met de tekst: I love BA (Buenos Aires). "Ik vroeg hem hoe hij aan die koffiemok kwam. En toen vertelde hij dat hij in de jaren tachtig, net na afloop van de dictatuur, in Argentinië was geweest om zijn promotieonderzoek te doen. Ik heb hem snel daarna gevraagd om mij te helpen bij de opzet van mijn afstudeeronderzoek. Ik wilde naar Argentinië. Een tijdje later was het zover. Die tijd in Argentinië is enorm vormend voor me geweest. Ik arriveerde in maart 2006, precies dertig jaar na het begin van de dictatuur. Viel met m'n neus in de boter. In optochten, herdenkingen en de volle spotlight op de dictatuur. Na afloop wist ik zeker dat ik geen advocaat wilde worden. Ik kan niet goed stilzitten, ben geen dossiervreter en houd er veel meer van om in oplossingen te denken in plaats van risico's en problemen. Wel heb ik toen mijn hart voorgoed verloren aan Latijns-Amerika."

Na afronding van zijn studie internationaal strafrecht, besloot Max Latijns-Amerikastudies te gaan volgen. Het bloed kroop waar het niet gaan kon. Deze studie bracht hem opnieuw terug in Zuid-Amerika waar hij onderzoek deed naar de bouw van een haven midden in de Amazone van Ecuador, een grote infrastructurele investering in de longen van de wereld. Na terugkomst wist hij nog steeds niet helemaal wat hij wilde worden. Tijdens het werken aan zijn afstudeerscriptie ontmoette hij een vriend die net begonnen was in de online-advertising. Een week later begon hij daar wat geld bij te verdienen. Max zag direct enorme kansen voor het bedrijf in Zuid-Amerika en uiteindelijk heeft dat geleid tot het succesvol opzetten van een multinational die met behulp van hoog geavanceerde toepassing van algoritmes in Zuid-Amerika een doorbraak wist te realiseren in de online advertising wereld. Na zeven jaar hyper commercieel werken, brak voor Max echter de tijd aan om een nieuwe weg in te slaan.

LESSEN VAN LATINO'S

"Met mijn reis van Chili naar New York wilde ik verhalen verzamelen die iets anders laten zien dan de panfluit spelende Latino op de Dam of de drugsbendes en ellende zoals wij deze volop in de media kunnen lezen. Ik wil laten zien dat op het Zuid-Amerikaanse continent overal ondernemende mensen bezig zijn een betere wereld te creëren. Het is een kraamkamer van de meest vooruitstrevende innovatie en vernieuwing in de economie. Het wemelt er werkelijk waar van de start-ups."

Van oudsher leeft op het Westelijk halfrond een idee dat wij bewust of onbewust die Latino's wel even zullen uitleggen hoe het moet. Maar als er iets is dat ik tijdens mijn reis heb geleerd, is dat het misschien wel andersom is en dat wij van de oplossingen van die Latino's kunnen leren. Het is onvoorstelbaar hoe warm en enthousiast ik door tientallen bedrijven ben ontvangen, vol vuur en passie om vanuit eigen kracht, in samenwerking met gelijkgestemden, de problematiek in de wereld praktisch en concreet op te lossen. Terwijl wij hier struikelen over de laatste schandaaltweetjes van populistische politici in Den Haag, lossen deze sociaal-innovatieve ondernemers gewoon de problemen van de wereld op. Ze gebruiken de kracht van ondernemen om actief te bouwen aan een betere wereld. Ze inspireren ons om succesvol te ondernemen op het gebied van alle sectoren in de economie, zoals bijvoorbeeld gezondheidszorg, educatie, financiële sector, horeca, voeding en media waarbij winst maken hand in hand gaat met het leven een positieve boost geven."

"ZUID-AMERIKA IS EEN KRAAMKAMER VAN DE MEEST VOORUITSTREVENDE INNOVATIE EN VERNIEUWING IN DE ECONOMIE"

Zo bezocht Max een softwarebedrijf in Peru dat meisjes uit de sloppenwijken opleidt tot webdeveloper. Een producent van babyschoentjes die praktische bijstand verleent en een vak leert aan vrouwen die het slachtoffer zijn van geweld en verwaarlozing, ter ontsnapping aan een uitzichtloze spiraal. En de grootste koffiecoöperatie van Noord-Amerika die boeren een eerlijke prijs biedt.

PUUR GELUK

"Op dit moment zie ik een paar dingen in de wereld gebeuren. Grenzen vervagen. Het maakt eigenlijk niet meer uit of je in Lima, Shanghai, Amsterdam of Transsylvanië woont. Tegelijkertijd zie je dat we met z'n allen voor grote uitdagingen staan die ook geen grenzen kennen in de wereld. Kijk dichtbij huis bijvoorbeeld naar de vluchtelingencrisis of klimaatverandering. Zaken die wereldwijd invloed hebben. Onlangs las ik nog een artikel in de krant over de gevolgen van de Fukushima kern-

ramp in Japan. Aan de kust van Schotland wordt nu radio-actieve straling gemeten. Je kunt niet in je eigen landje blijven zitten. De wereld is *out there*, en daar moet je wat mee. Dus enerzijds zijn er mondiale problemen waar we tegenaan lopen. Anderzijds bieden vervagende grenzen ook mondiale grote kansen omdat iedereen zo met elkaar is verbonden en zo van elkaar kan leren en samenwerken."

"Je kent vast het gevoel dat je op je werk na afloop van een vergadering als een natte krant naar buiten loopt. Dat alle energie bij is je is weggelopen. Ik heb zes maanden alleen maar tientallen ontmoetingen met mensen gehad waar ik energie van heb gekregen. Zes maanden van puur geluk, van ontelbare grijnzen, van karrenvrachten aan endorfines en uren, dagen, weken onderweg, vooruit, naar steeds een nieuwe bestemming. Na afloop van elke afspraak liep ik zo licht als een veer naar buiten. Al die ondernemers onthaalden me met open armen. Ze begonnen vervolgens enthousiast te vertellen waarvoor ze staan, waar ze tegen aan lopen. Niet het geluid van 'moeilijk' of 'we gaan er allemaal aan', maar juist van 'en zo gaan we het oplossen'. Ze gaan ervoor."

WINST EN BETEKENIS

"De problemen in de wereld zijn prangend. Er is een duidelijke *call to action*. De oplossingen liggen evenwel ook voor het oprapen. Elk bedrijf kan de keuze maken om winstgevendheid te combineren met een betere wereld. Het kan gewoon. Net zoals het een keuze is om het niet te doen. Geen keuze maken voor betekenisvol ondernemen is vandaag de dag niet alleen een bewuste keuze, maar wat mij betreft zakelijk gezien ook een domme keuze."

"Als je nu als financiële sector nog steeds investeert in de oorlogsindustrie, kinderarbeid, vernietiging van de natuur of andere onethische zaken, dat begrijp ik echt niet meer. Wereldwijd laat de praktijk zien dat er veel te verdienen valt op een manier die niet alleen winstgevend is in materiele zin, maar ook substantieel bijdraagt aan de creatie van een nieuwe samenleving van menswaardigheid."

"De geldwereld verbindt alle sectoren van de economie. Een betekenisvolle financiële sector is de voedingsbodem voor sociale innovatie en betekenisvol ondernemen op het gebied van cultuur, dienstverlening, design, gezondheidszorg, toerisme, voeding en noem maar op. Ik zie volop om me heen dat het kan. En als er een les is die me altijd zal bijblijven van deze reis, dan is het dat iedereen wel een mooi idee heeft om de wereld een beetje mooier te maken. Onafhankelijk van achtergrond, financiële mogelijkheden, leeftijd, ras of geaardheid. Wat een potentieel als mensen vanuit eigen kracht en talent een bijdrage leveren aan een betere wereld."

Als ondernemer gelooft Wohlgemuth Kitslar in de kracht van ondernemen, in de meest letterlijke betekenis die het heeft. Iets doen. Aan de slag gaan. Starten. "De bedrijven die ik bezocht heb, laten zien dat er op overal ondernemende mensen bezig zijn een betere wereld te creëren. Mensen en bedrijven die zakelijk vernuft hebben om winstgevendheid te koppelen aan een maatschappelijke missie. Ja, het is tijd om de schakelen!" ■



Max Wohlgemuth Kitslaar

Max Wohlgemuth Kitslaar (1983) studeerde internationaal strafrecht en Latijns Amerika Studies in Amsterdam. Hij richtte een biologische cava-business op, en de juridische *start-up* De StudentenAdvocaat. Ook modelleert hij de jaarlijkse mediacampagne voor Sinterklaascadeaus aan tienduizenden minderbedeelde kinderen van de Voedselbank. Max speelde een sleutelrol in het ontwikkelen van een technologiestart-up naar een multinational, door expansie naar Latijns-Amerika. Na zijn reis richtte hij *Life is Out There* op, waarbinnen hij het boek *Tijd om te Schakelen* uitgeeft en lezingen geeft aan onderwijsinstellingen en bedrijven, in het Nederlands, Spaans en Engels. Max is bereikbaar via: hello@lifeisoutthere.net



Tijd om te Schakelen is uitgegeven in zowel de Nederlandse, Engelse als Spaanse taal.