



Dagvoorzitter Indra Frishert.



Evenals de eerdere edities bood de Positive Finance Day 2019 van Dazure en de stichting New Financial Forum volop inspiratie. Want de (financiële) wereld verbeteren, is urgenter dan ooit. Wacht niet af, neem je verantwoordelijkheid, doe het gewoon!

Neem je verantwoordelijkheid, #gewoondoen!

TEKST TOON BERENDSEN | FOTO'S LOPKE FOTOGRAFIE

Oprichter Willem Vreeswijk stond aan het begin van de goedbezochte middag stil bij de lancering van het New Financial Forum precies vijf jaar geleden. En constateerde dat de noodzaak tot verandering in de tussentijd alleen maar groter is geworden. Hij gaf enkele voorbeelden, die we eigenlijk allemaal kennen, maar die we niet langer kunnen ontkennen. *Normal is over*, heet niet voor niets de film van Renée Scheltema die het Forum onlangs vertoonde en die diepe indruk maakte.

Volgens Vreeswijk kan iedereen bijdragen aan de ommekeer ten goede. “Neem je verantwoordelijkheid. Het maakt uit wat je eet, hoe je reist, hoe je stemt, waar je bankiert, welke energieleverancier je kiest, hoe je je verzekert, hoe je je kleedt. Alle individuele keuzes dragen bij. Je kunt altijd wat doen. De één op zijn of haar vierkante millimeter, de ander op zijn of haar vierkante kilometer. Elke stap is er één.”

BEN & JERRY'S

Doe dat dan ook gewoon, was de boodschap van de middag. Tijdens de Po-

sitive Finance Day, met als gastheer De Goudse, presenteerde zich op het marktplein een aantal initiatieven die ‘gewoon’ bezig zijn met vernieuwing. Onder meer: de Scale of Significance (die werkt aan een nieuwe waardering van bedrijven), de stichting Over Rood (die kleine ondernemers in financiële nood helpt, wordt ondersteund door het New Financial Forum en op zoek is naar vrijwilligers), ScanCoaching, MLF Junior, Tikkie, *Het Dagboek van Bewust Leiderschap* van Jos Claessens, etc. Ook de genomineerden voor de Positive Finance Awards 2019 waren aanwezig op het marktplein.

Al tijden geleden gewoon begonnen: Ben & Jerry's. “Succes smaakt beter als iedereen er voordeel bij heeft”, vat de benadering van Ben & Jerry's goed samen. Pleun Lauwerier (country manager Benelux) vertelde dat het bedrijf drie duidelijk omschreven missies heeft: een productmissie (onder meer honderd procent Fairtrade), een financiële missie en last but absolutely not least een sociale missie. Indrukwekkend is de realisering van de Greyston Bakery, die al decennia in New York brownies bakt voor Ben & Jerry's. Het bedrijf bakt geen koekjes om geld te verdienen, maar bakt koekjes om men-



Gastheer Bernardo Walta.



Amba Zeggen: "Er zijn geen excuses meer."



Pleun Lauwerier:
"Succes smaakt beter
als iedereen er voordeel
bij heeft."



Kaj Morel: "Hoogste tijd
voor een nieuw verhaal."



Ruim 160 bezoekers op de vierde Positive Finance Day.



Astrid Elburg: "Wensmuur voor andersdenkenden."



sen aan het werk te helpen. Iedereen die wil werken, wordt aangenomen. No questions asked. Een van de werknemers is Dion Drew. Zijn verhaal wordt belicht in de aflevering *Rendement van Geluk* van VPRO Tegenlicht uit 2016. Lauwerier toonde een ontroerend fragment. Drew was ooit drugsdealer, maar werkt er nu als supervisor. Hij voelt zich trots dat hij nu op een eerlijke manier in zijn onderhoud kan voorzien en doet tegenwoordig niets liever dan mensen helpen om ook uit het dal te krabbelen. Hij is ongelooflijk dankbaar dat hij een tweede kans heeft gekregen. Een prachtig voorbeeld uit de betekeniseconomie.

DOGMA'S

Amba Zeggen (Risk & Governance) noemde het Amerikaanse Lemonade – sinds kort ook in Duitsland actief – als voorbeeld hoe verzekeren ook kan. Zeggen: "Een bakker doet alles om lekker brood te maken, maar een verzekeraar staat bepaald niet te juichen als een klant honderd jaar wordt. Het business model van verzekeraars is dat ze hun best doen om te kijken hoe ze niet aan

hun belofte hoeven te voldoen. Bij Lemonade is het juist andersom."

Zeggen benoemde enkele van de dogma's die verandering in de weg staan: 'bonussen zijn nodig om te groeien' en 'belastingontwijking is een must'. Ze liet zien dat bonussen bij complexe taken niet werken. Tenminste niet als je met je bedrijf wilt bijdragen aan een betere wereld. Dan is het veel belangrijker dat je mensen plezier hebben in hun werk, dat ze het verschil kunnen maken, dat ze zich kunnen ontwikkelen. En belastingontwijking is volgens Zeggen niet nodig om succesvol te zijn. Daar komen steeds meer voorbeelden van. Niet alleen van internationale bedrijven zoals Lush, maar ook van

beursgenoteerde ondernemingen als energiebedrijf SSE. De uitleg van deze bedrijven is kraakhelder: van het belastinggeld worden allerlei voorzieningen betaald die een onderneming nodig heeft om succesvol te kunnen zijn. Denk aan een goede infrastructuur, aan goede scholing voor de kinderen van de medewerkers, etc. Volgens Zeggen moeten we elkaar dan ook in beweging komen. "Er zijn geen excuses meer."

DOM

Volgens Kaj Morel (Zaak van Betekenis) moet het bestaande economische model vervangen worden door een nieuw model: de betekeniseconomie. "We gaan de 21e eeuw in met een verhaal uit 1950. Toen was dat model logisch. We kwamen uit een Wereldoorlog en moesten inzetten op herstel, puinruimen en groei. De mogelijkheden leken nog oneindig en het was nog onduidelijk dat de groei tot negatieve effecten zou kunnen leiden. Zeventig jaar later is de realiteit anders. Toch zoeken we de oplossingen steeds weer binnen het oude systeem. Dat is niet alleen raar, maar vooral ook dom. Tijd voor een ander verhaal."

**'WE ZOEKEN DE
OPLOSSINGEN STEEDS
WEER BINNEN HET OUDE
SYSTEEM. DAT IS DOM'**

Jaap Godrie: "Het begint met vertrouwen."



Morel noemde kenmerken van het huidige economische model, waarin "mensen bestaan om te werken en te consumeren en bedrijven bestaan om spullen te maken en mensen aan het werk te houden". Kenmerken zijn: gericht op jezelf, het individu is belangrijker dan de gemeenschap, ethiek heeft niets met economie van doen, het doel van bedrijven is zoveel mogelijk winst maken en het kortetermijnbeleid is leidend.

"In de betekenis-economie daarentegen doe je niets dat schadelijk is voor de gemeenschap, is er voorspoed voor iedereen, zijn bedrijven zoveel mogelijk van betekenis voor anderen, is de lange termijn leidend, is er betekenisvolle groei en is er 'dikke waarde' en zijn er geen verborgen kosten."

HOMO ECOLOGICUS

Volgens Astrid Elburg (Elburg Consul-

tancy) kunnen alleen nieuwe systemen ontstaan als het onderwijs, nu gericht op conditionering, verandert. Van de homo economicus naar de homo ecologicus. Natuurlijk blijft vakinhoudelijke kennis van belang, maar het accent moet veel meer komen te liggen op persoonlijke ontwikkeling en relationele vaardigheden. Verder is het van belang dat andersdenkenden de ruimte krijgen. Want juist deze mensen zorgen voor nieuwe zienswijzen. Elburg opperde een 'wensmuur' binnen organisaties waarop andersdenkenden hun ideeën kwijt kunnen, zonder dat ze nu direct op de voorgrond hoeven te treden. Zo betrek je ook mensen die normaal hun mond liever houden.

De middag werd afgesloten door Jaap Godrie (muzikant en Rembrandtkenner). Hij vertelde hoe Cosimo de Medici ervoor zorgde dat de Duomo

van Florence een koepel kreeg, nadat er jarenlang over was gesoebat door de meest beroemde architecten. Hij liet de eis los dat het ontwerp van een architect moest zijn, die ook nog eens uit Florence moest komen. Een van de inzendingen was van de hand van een zilversmid. Ook al was het een lumineus idee, toch dachten maar weinigen dat het ontwerp de oplossing was voor de bijna onmogelijke opgave. Cosimo de Medici gaf de zilversmid echter het volledige vertrouwen en droeg iedereen op mee te werken en dit ontwerp uit te voeren. Dat lukte ook. En nog altijd is dit de grootste koepel die ooit is gemaakt in de wereld. Het begint met vertrouwen. En vervolgens gaat het om gewoon... doen! Een krachtig voorbeeld van waar het New Financial Forum in gelooft en voor staat. ■

