

INDRA FRISHERT:
"RIMPELEFFECT."

Gewoon goed doen als nieuwe norm

Dazure en de stichting New Financial Forum lieten 20 oktober zien dat het anders kan en dat er ook al heel veel anders gebeurt. Dit op de drukbezochte bijeenkomst 'Gewoon goed doen' bij Aegon in Den Haag. Met veel inspirerende voorbeelden van mensen uit de financiële sector die gewoon goed doen.

TEKST TOON BERENDSEN | BEELD JEROEN VAN KOOTEN

Het strand ligt bezaaid met zeesterren. Een jongen is bezig de zeesterren een voor een terug te zetten in het water. Een man zegt: 'Het is toch volkomen zinloos wat je doet, kijk eens hoeveel zeesterren er op het strand liggen.' De jongen antwoordt, terwijl hij een zeester in het water laat glijden: 'Ik wed dat het een verschil maakt voor deze zeester.'

Dat filmpje, getoond door financieel adviseur Jack Vos (Luyten Adviesgroep), illustreerde perfect het thema van de middag. Een aantal sprekers en organisaties lieten zien dat het wel degelijk mogelijk is om het verschil te maken en bij te dragen aan een betere (financiële) wereld.

Vos bijvoorbeeld nam Ariëtta Hendriks in dienst, die slechts vijf procent zicht heeft. Ariëtta, die met Vos was meegekomen, vertelde dat ze zich daarvoor minderwaardig had gevoeld. Nu ze schadebehandelaar bij Luyten is, voelt ze zich volwaardig. "Ik draag eindelijk een steentje bij aan de maatschappij." Vos liet zien dat Ariëtta ook allerlei bijzondere waarden toevoegt aan zijn organisatie. Een aantal van de waarden die collega's van Ariëtta noemen: positiviteit, bron van energie, nooit opgeven, respect, het kan wél, dankbaarheid.

Antoinette Kalkman (FlexFront Groep) belichtte de actie Swim for Tim, die meer dan een ton heeft opgeleverd voor onderzoek naar ALS. Ze liet de olievlekwerking zien die van de actie – begonnen nadat collega Tim van den Berg door ALS werd getroffen – is uitgegaan. Steeds meer partijen sloten zich aan. Maar ook zijn partijen bijvoorbeeld eens nader gaan kijken naar hun goede-doelenbeleid. Eén steen in de vijver en wat een resultaat.

De deelnemers konden vervolgens langs, in totaal negen, inspirerende initiatieven die ook allemaal een steen in de vijver zijn. Indra Frishert, commercieel directeur bij mede-organisator Da-

zure: "Wat voor de één onbelangrijk en zinloos lijkt, kan juist het verschil betekenen in het leven van de ander. Wij laten hier zien dat het anders kan en dat dit ook echt gebeurt."

Gastheer Han de Ruiter van Aegon, tevens lid van de adviesraad van het New Financial Forum: "Een Chinees gezegde luidt: het kappen van een boom maakt meer lawaai dan het groeien van het hele woud. Er gaat heel veel wel goed in de sector, maar als je niet oplet zie je het niet meer."

PRAKTIJK

Een van de initiatieven die zich presenteren, was de stichting De Barmhar-

tige Fiets van Enra en Bovemij. Deze doneert bijvoorbeeld duofietsen aan bejaardenhuizen. Gilbert Mattu (directeur Klantservices ASR) vertelde over zijn belevenissen als vrijwillig financieel coach van mensen met financiële problemen. Zerina Cviko beschreef de deelname van Aegon aan de UWV-actie Retail Werkt, die vier nieuwe klantmedewerkers heeft opgeleverd. LEF en MFL junior gaven informatie over financieel onderwijs aan kinderen en jongeren. Sicc Bergsma vertelde over de inspanningen van Aegon Crediteuren Beheer om mensen met betaalachterstanden te begeleiden, bijvoorbeeld in de vorm van een budgetcoach. De Flanderijn Foundation organiseert onder meer



**KEES KLOMP: "BETEKENISECONOMIE
BEGINNT IN JE EIGEN OMGEVING."**

The Boost, een meerdaags trainings- en coachingsprogramma waardoor jongeren sterker in hun schoenen komen te staan. “The Boost is dé basis voor het vinden van een baan én het verkrijgen van een sterkere sociaal-maatschappelijke positie.”

Klanten van de Voedselbank Eindhoven kunnen gratis gebruik maken van het digitale adviesportaal van C-Profile. Daarbij kunnen ze een beroep doen op professionals in de Stichting Zilvervloot. Deze stichting probeert hoog opgeleide 45-plussers die hun baan zijn kwijtgeraakt weer aan het werk te helpen. Voedselbankcliënten die zo’n adviseur inschakelen, worden geacht hem of haar een beoordeling te geven. Met die beoordeling kan de adviseur wellicht weer verder komen. Misschien wel bij een van de bedrijven die het project actief ondersteunen, waaronder Verberkmoes Assurantiën uit Valkenswaard. Het plan is overigens de aanpak snel uit te breiden over het hele land.

BETEKENISECONOMIE

Alle initiatieven zijn prachtvoorbeelden van de betekeniseconomie die steeds meer ontstaat. In die economie doen mensen geen dingen omdat ze het moeten, maar omdat ze het willen.



FENOMINALS: “TO MAKE YOU FEEL MY LOVE.”

En dat is ook de enige manier waarop er werkelijk iets verandert, als het van binnenuit komt. Het New Financial Forum probeert juist daarbij te inspireren (zie voor meer informatie: www.newfinancialforum.nl).

Ook Dazure gelooft dat dit de enige weg is. Aan het begin van de middag haalde Dazure de Fenominals op het podium. Drie zangeressen zongen ‘To make you feel my love’. Frishert: “Daar moeten we naar toe: naar meer betekenis, meer gevoel, meer zichtbaarheid van dingen.”

En eigenlijk is dit niet zo moeilijk. Kees Klomp: “In zijn privé-omgeving vindt iedereen het volstrekt normaal om lief te hebben, te delen. Maar als het om business gaat, wordt het koud. Dát is pas abnormaal.”

HAPPINESS BEFORE PROFITS

Volgens Klomp, bedrijfsadviseur en boedhist, wordt het maken van minimale winst de norm. “Bedrijven die enorme financiële winsten maken ten koste van de planeet, gaan we steeds minder aantrekkelijk vinden. ‘Benefits’ in plaats van ‘profits’ wordt de term die we over vijftien jaar heel gewoon gaan vinden. Het doel wordt maatschappelijke winst te genereren. Happiness before profits.”

Klomp kwam ook aan het woord in de aflevering ‘Rendement van geluk’ van VPRO *Tegenlicht*, waarvan tijdens de bijeenkomst een fragment werd vertoond. Een van de bedrijven in de uitzending is de Greyston Bakery in New York. Greyston bakt brownies voor Ben & Jerry’s. De medewerkers zijn voormalige daklozen, dealers, prostituees uit de omgeving, die zo een nieuw leven kunnen beginnen. Het illustreert perfect waar het om gaat in de betekenis- of purpose economie. Het motto van Greyston: “We don’t hire people to bake brownies, we bake brownies to hire people.”



ARIËTTA HENDRIKX EN JACK VOS VAN LUYTEN ADVIESGROEP: "WINST VOOR IEDEREEN."



Klomp vond wel dat de essentie onvoldoende tot uitdrukking kwam in het item, dat is namelijk dat "mensen die in hun leven ergens een verkeerde afslag hebben genomen hun kracht weer terug vinden".

BEGIN IN JE EIGEN OMGEVING

Zelf kwam hij met een ander voorbeeld van hoe je als ondernemer het verschil kunt maken. David Katz besefte dat plastic afval het grootste probleem is dat de mensheid kent. Hij maakte een 'bitcoin' voor plastic afval: Social Plastic. Hierdoor vertegenwoordigt het afval een zekere waarde. Mensen die plastic afval rapen en dat verkopen, weten zich hierdoor verzekerd van inkomen. Tijdens een pilot op Haïti verviervoudigde het inkomen van de rapers. Zo is een *career opportunity* ontstaan voor deze mensen. Bovendien

wordt een groot milieuprobleem aangepakt".

Het gat in de markt, daar gaat het niet meer om in de betekenis-economie. Het draait om het gat in de maatschappij. Daarvoor hoef je niet meteen heel groot te denken, hield Klomp de aanwezigen voor. "Begin met iets in je eigen omgeving, iets dat je hart raakt."

**"HET KAPPEN VAN EEN
BOOM MAAKT MEER
LAWAAI DAN HET GROEIEN
VAN HET WOOD"**

Eigenlijk was de bijeenkomst van Dazure en NFF ook een steen in de vijver. Indra Frishert: "Na afloop is er echt een rimpel-effect ontstaan. Ik heb meerdere vragen gekregen om de uitzending, vragen om mensen met elkaar in contact te brengen. Daarnaast waren de aanwezigen enorm geïnspireerd en willen ze een vervolg. Deze reacties kreeg ik op de dag zelf en nog steeds. Super gaaf!"

"Voor mijn gevoel is de betekenis-economie en het inrichten van je bedrijf hierop echt heel belangrijk voor onze branche. Want hoe meer een bedrijf erin de ogen van de consument écht toe doet, door dingen te doen die in de leefwereld van de consument betekenisvol zijn, hoe groter het bestaansrecht van dat bedrijf is. En het fijne is... de betekenis-economie is niet meer dan gewoon echt jezelf zijn." ■