

Hét magazine voor betekenisvol
ondernemen & nieuw leiderschap

PIONIERERS

Magazine

Nummer 11
APRIL/MEI/JUNI 2018



Cathelijne Lania

*richtte 'a beautiful story' op
"Ik wilde niet langer alleen maar
aandeelhouders rijker maken"*

Daan Bleichrodt (IVN)

Elke buurt zijn eigen minibos

Daan Fousert

MVO vraagt voorbeeldgedrag van de leider

NR 11 april/ mei/ juni 2018

MAGAZINE

Als Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen niet genoeg is SVN richt zich op **wereldverbeterend** ondernemen

De 21ste eeuw vraagt meer dan ooit om maatschappelijke betrokkenheid van ondernemers, consumenten en de politiek. Een beweging als Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen is een prachtige eerste stap in de goede richting van een nieuwe, verantwoorde manier van omgaan met de aarde en met elkaar.

Maar is het voldoende?
Moeten we niet een stapje méér doen?
Moeten we niet Wereldverbeterend Ondernemen?

Auteur: Erica Pierik



12

MVO of wereldverbeterend ondernemen?

Inspirerende #vergaderplekken

Wat maakt jullie locatie uniek? Seats2meet station Amersfoort is een vernieuwend ontmoetingsconcept waar je terecht kunt om in één van onze inspirerende ruimtes te werken, ontmoeten, presenteren, trainen, brainstormen, vergaderen of bijvoorbeeld coachen.

Wij geloven in toevallige ontmoetingen. Op onze locaties is daarom alles gericht op het laten ontstaan van serendipiteit, een mooi woord voor iets waar je niet naar op zoek was, maar wat 'toevallig' precies nodig is op dat moment om verder te komen.

Centrale ligging
Onze locatie is super centraal gelegen. De buurt ontmoetingspaces zijn perfect voor een vergadering, een workshop, een training of een groter event. Door onze centrale ligging bieden wij een ideale vergaderplek voor groepen waarvan de deelnemers uit verschillende hoeken van het land komen.

Uniek en eenvoudig boekingsysteem
Je kunt jouw booking zelf beheren en tot 24 uur van tevoren kosteloos wijzigen en annuleren via het boekingsysteem op www.seats2meet.com. Klanten betalen per 'seat' (in plaats van per zaal), dat scheelt vaak behoorlijk in de kosten. Annuleren of wijzigen van de booking kan kosteloos tot 24 uur van tevoren. De prijzen voor het huren van een meeting space zijn dynamisch (afhankelijk van het tijdstip, het aantal personen en de actuele drukte).

Daarnaast bieden we uiteraard ook een uitgebreid ambachtelijk lunchbuffet, zoete inval, borrel(happies) of zelfs een verrassend diner.



Elise de Bree (links) en Tanne van Woudenberg (rechts), eigenares van Seats2Meet Amersfoort CS

50 werkplekken
Naast onze meetingspaces bieden wij 50 werkplekken voor zzp'ers, bij SVM zijn er (zelfstandige professionals) genoemd. In deze workspace kunnen ZZP'ers of werknemers werken, elkaar ontmoeten en gebruik maken van gratis wifi, koffie, thee en een lunch. In ruil hiervoor worden deze bezoekers gevraagd hun 'sociaal kapitaal' te delen met andere aanwezigen. Zo ontstaat er een waardeketen rondom Seats2meet Amersfoort CS.



Onze redactie gaat op pad en ontdekt een bijzondere vergaderlocatie in de provincie Utrecht: Seats2Meet Amersfoort CS

44

Seats2meet: serendipity als bedrijfsfilosofie

Quaning, werken vanuit je zijnsintentie in een 'hypergeconnecte' wereld

Stel je eens voor wat het resultaat is als alle medewerkers binnen een organisatie zuiver in verbinding zijn met hun zijnsintentie, en dat zij dan volledig bijdragen aan de bedrijfsintentie. Dan heb je een schitterende organisatie, met blijde, intrinsiek gemotiveerde medewerkers, klanten en leiding. Voorwaarde is wel dat elk mens, elke medewerker, weet wat zijn zijnsintentie is en dat hij dat in werk manifesteert.

Helma Lieberwerth ontwikkelde de methodiek Quaning om de zijnsintentie van mensen bloot te leggen met behulp van de uitgangspunten van kwantummechanica en algoritmen.

Daan Fousert (red.) ging bij haar langs om meer te weten te komen over dit onderwerp.

Auteur:
Ingrid Aarsman is expert op het gebied van persoonlijk leiderschap in organisaties. Zij faciliteert mensen om zich werkelijk te kunnen uitspreken. Quaning speelt daarbij een belangrijke rol.

62

Wie werkten er mee aan deze uitgave?

Zon en plezier kunnen veel dragen

EEN INTERVIEW MET
CATHELIJNE LANIA,
EIGENAAR VAN
A BEAUTIFUL STORY

Als geen ander weet Cathelijne Lania (midden op de foto) hoe het is om iets goeds voor de wereld te doen én om dat met veel plezier te doen. Niet voor niets is haar Friese levensmotto: "Sinne en wille kinne proppe tille", dat zoveel betekent als: "Zon en plezier kunnen veel dragen." Als het werk dat je doet vanuit je hart komt en het je plezier geeft, kan je als mens veel hebben.

Cathelijne is eigenaar van a beautiful story, een fairtrade organisatie die in Nepal handgemaakte sieraden maakt en die in Europa en Australië in meer dan 600 winkels op de markt brengt. Hoe is haar bedrijf ontstaan en wat vindt zij belangrijk als Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen?



Foto: Rajendra Kumar Shukla

WWW.PONIERSMAGAZINE.NL

18

Cathelijne Lania over haar MVO bedrijf 'a beautiful story'

Het goede voorbeeld van de leider bij Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO)

Daan Fousert



44

Geef zelf het goede voorbeeld! MVO en leiderschap

Verantwoordelijkheid afleggen of verantwoordelijkheid nemen?

Bij het lezen van de afslottende MVO werd vrijwel iedereen die de laatste jaren af en toe de actualiteit heeft gevolgd, dat we daar Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen mee bedoelen. Er is vrijwel geen bedrijf meer te vinden dat in de missie, de visie en het bedrijfsplan niet op één of andere manier aandacht besteedt aan MVO of aan variaties op dat thema als Duurzaamheid en Social Return, om dit navoort meteen maar wat breder te trekken dan alleen MVO. Er zijn bedrijven waar werknemers een deel van hun werktijd mogen besteden aan vrijwilligerswerk. Ook in het onderwijs dragen deze begrippen door, al is de maatschappelijke stage alweer afgeschaft. Tegenvoerig volstaat een werkweek op de Veluwe niet meer: twee weken Afrika lijkt de nieuwe norm te worden.

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen en aanverwante thema's zijn hip, hip en, begrijp me goed, gelukkig ook happening. Dat het en hip zit me af en toe dwars, net zoals de vraag hoe het komt en wat het betekent dat we een begrip massaal herkennen aan een afkorting van drie letters. Ik herken veel van wat Piet Hurkmans zich in zijn column afvraagt. Wat is nou precies MVO, of social, of duurzaam? Een beetje van beide? Zijn er nog postcodes waar het niet geldt? Het is fantastisch dat de bedenkers van deze begrippen de wereld confronteren met de werkelijkheid van het kind in de wereld voor de broekriem maar

worden, maar pas op: die maatschappelijke wil vooral palmen verliezen." Ik vrees dat dit ook vaak opgaat voor initiatieven die vallen onder MVO, duurzaamheid en social return.

Van begrip naar beleid
Het moment waarop een begrip een afkorting wordt, is niet zelden het moment waarop het onderwerp geworden is van overheidsbeleid, met subsidies en aanbestedingen. Langzaam maar zeker begint het dan vaak op de eerste plaats weer om de subsidies te gaan en om het zo goedkoop mogelijk inkopen van diensten waarbij we uiteindelijk met een uit de hand gelopen begroting blijven zitten en onze wroeging wegdrukken met een lopende draadje koffie uit de kantine. Wat er nou precies zo duurzaam, sociaal of maatschappelijk verantwoord was aan de hele onderneming, laat staan hoe wij als medewerker zelf bij zouden kunnen dragen aan die belangrijke thema's, weet uiteindelijk haast niemand meer.

Natuurlijk is het goed om je één keer in je leven iets langer en meer diepgravend te verdiepen in de armoede in de wereld dan voor de duur van een inzameling. Toch weet ik niet altijd zo goed wat ze in een township precies hebben aan een bus vol pubers die na een week weer weg zijn, waarna de uitgeleide pennen na vijf maanden lang zijn en de verf na een jaar weer van de muren bladdert. Ik weet al helemaal niet hoe ik aan de bijstandsonderwijs die een klasgenoot die van een paar sendjes per week rond moet komen, uit moet moeten leggen dat dit een fundamentele, verplichte ervaring voor dat kind is waarvoor de broekriem maar

even moet worden aangehaald.

Van waarde naar waarden
Misschien speelt er rond deze thematiek iets, vergelijkbaar als wat Elizabeth Debold in dit Magazine beschrijft rond de man-vrouw polariteit. Onze oude handreiking van wat het betekent onderdelen van wat het betekent vandaag de dag de hele wereld bestrijkt. Is in rap tempo achterhaald geraakt. Gelukkig wordt er hard gewerkt aan nieuwe, passende vormen van in de maatschappij staan. De vraag is wel of we die niet nog steeds bouwen op oude, niet meer werkzame normen en waarden en ook welke waarden dan leidend zijn: subsidie, beleid, verplichting?

"Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen en aanverwante thema's zijn hip, hip en, begrijp me goed, gelukkig ook happening"

Dat zijn goede prikkels, maar zodra die prikkel verdwijnt (omdat het voor de overheid te duur wordt), blijft de verandering vaak niet door te zetten. Wat drijft ons intrinsiek, wie willen we zijn, wat kunnen we betekenen voor elkaar? Wat is daarin reëel en haalbaar?

Wat precies betekenen MVO, duurzaamheid en sociale aspecten voor



Marjolijn Tijmsmans, editor

ons, wat kunnen we daar zelf aan bijdragen en wat levert het ons meer op dan een subsidie (waar we ook niet altijd veel van merken)?

Ziehier het belang van de pionier: laten we in gesprek blijven met die mensen die aan de wieg staan van verandering en vernieuwing, niet omdat het moet maar omdat ze dat willen. Laten we onze blik richten op wat we hier, nu en ter plekke kunnen doen. Laten we blijven onderzoeken wat onze waarden zijn. Uiteindelijk zal blijken hoeveel dat waard is en die waarde is vermoedelijk niet in geld uit te drukken. Misschien is de grote vraag wel wat dat "verantwoord" in MVO betekent.

Betekent het dat we verantwoording af moeten leggen (aan een subsidieverleners) of betekent het dat we onze verantwoordelijkheid willen nemen om goed voor onszelf, elkaar en de planeet te zorgen?

Foto: Marjolijn Tijmsmans | Illustratie: Katrijn Kool

WWW.PONIERSMAGAZINE.NL

72

Nawoord van onze editor, Marjolijn Tijmsmans

MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN

DOE JE ZO!

Hoe kan je met jouw organisatie van betekenis zijn voor de maatschappij? Hoe onderneem je verantwoord en misschien zelfs wel wereldverbeterend? Wat vraagt dat van jou als ondernemer? Hoe ziet leiderschap er dan uit? Wat past er bij Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO)?

Met deze vragen in ons achterhoofd zochten we voor deze uitgave bekende en minder bekende ondernemers op die kleine of grote dromen en idealen nastreven.

Een wereld van extreme diversiteit kwam ons tegemoet en ook verschillende interpretaties en invulling van wat we MVO noemen. Hoe realiseer je een organisatie met aandacht voor zowel People, Planet en Profit? Doe vooral inspiratie op met de vele voorbeelden die je vindt in ons nieuwste themanummer!

Hartelijke groet,

Carla de Ruiter, hoofdredacteur



Hij maakt het verschil

Daan Bleichrodt, werkzaam bij IVN (Instituut voor Natuureducatie) heeft een droom voor Nederland: elke buurt zijn eigen minibos en dan niet zomaar een minibos, maar een Tiny Forest! Hij gelooft erin dat betrokkenheid bij de natuur begint bij kinderen. Daan vertelt:

Deze droom begon misschien wel 26 jaar geleden. Ik had een favoriete klimboom. Deze stond op de nominatie om omgehakt te worden. Mijn zus, mijn vriendjes en ik startte een actiegroepje om de boom te redden. We verzamelde handtekeningen en schreven een brief naar de gemeenteraad. Het beschermen van de natuur zat er al vroeg in. Ik denk dat dit komt omdat ik opgroeide in een klein dorpje waar contact met de natuur vanzelfsprekend is.

Hoe het contact tussen kind en natuur weer vanzelfsprekend wordt

In 2014 ontmoette ik Yassine. Hij woont in Utrecht Zuilen. Toen ik hem vroeg naar zijn natuurervaringen in zijn jeugd, bleek hij deze niet te hebben. Hij dacht wel dat er bossen waren in Nederland, maar wist niet waar die waren. In de bossen kon je trouwens wel goud en ijzer vinden en jagen op varkens. Yassine woont hemelsbreed 2 km van het Gagelbos in Utrecht af. Dit lijkt geen onoverbrugbare afstand. Yassine is niet alleen, duizenden kinderen in grote steden komen nooit in een bos of op het strand.

In Sheffield is dit fenomeen onderzocht. Onderzoekers brachten in kaart hoe ver kinderen van 8 zelfstandig van huis mochten. Grootvader mocht op zijn 8e 1,5 kilometer van huis, moeder mocht op haar 8e 800 meter van huis en zoon Ed mag vandaag de dag 300 meter van huis. De meeste kinderen wonen verder dan 300 meter van de natuur. Kinderen meenemen in bussen naar prachtige plekken, daar ben ik een

beetje van af. Dan hebben ze een geweldige dag, maar ze weten nooit meer hoe ze er moeten komen. Ouders hebben geen fiets, geen auto en meestal geen geld voor de bus en weten vaak ook zelf niet waar de natuur is.

"Duizenden kinderen in grote steden komen nooit in een bos of op het strand"

Tja en hoe zorg je dan dat contact tussen kind en natuur weer vanzelfsprekend wordt?

Het verrassend simpele antwoord kwam uit India. Ik zag de TED talk van Shubhendu Sharma. In vijf minuten legde hij uit hoe je in 10 jaar een 100 jaar oud bos maakt. En hij maakte bossen van 100 vierkante meter, Tiny Forests. Na het zien van dit filmpje was ik erg benieuwd of dat ook in Nederland kon en ik nam contact op met Shubhendu via Twitter. Binnen een minuut kreeg ik antwoord en we maakte een skype afspraak om plannen te smeden!

A portrait of Daan Bleichrodt, a man with a beard and glasses, wearing a light grey blazer over a blue button-down shirt and blue jeans. He is standing outdoors, leaning on a metal railing, with green foliage and a glass structure in the background.

Daan Bleichrodt,
projectontwikkelaar IVN

Foto: Rink Hof

"Een minibos is misschien klein, maar er is van alles te leren en te ontdekken. Elk Tiny Forest wordt ggeadopteerd door een school of kinderopvang. De kinderen worden boswachter in hun eigen bos."

Tiny Forests

Een jaar na ons eerste contact mochten we in Zaandam het eerste Tiny Forest van Nederland planten. Dit project liep op een leuke manier uit de hand. Het natuur- en milieueducatiecentrum, de afdeling groenbeheer van Zaandam, vrijwilligers van de heemtuin en KNNV, Hoek Hoveniers en twee basisscholen wilden meedoen. We maakten een lespakket Tiny Forest en samen met Wageningen University en vrijwilligers starten we onderzoek naar de biodiversiteit.

Vorig jaar zijn er 6 Tiny Forests aangelegd. In Delft (2 stuks), Utrecht, Groesbeek, Almere en Zwolle. Gemeente Almere sloot net een deal met IVN om maar liefst 10 Tiny Forests te planten, daar krijgt echt elke buurt zijn eigen bos. Volgende maand planten we nieuwe bossen in Delft, Deventer, Heerlen en Utrecht Terwijde aan. Eerst dacht ik in groot en het zo hoog mogelijk onder de aandacht krijgen bij betrokken instellingen, organisaties en overheid. Dit project heeft me geleerd dat één voorbeeld neerzetten beter werkt. Lokaal raken mensen eerder betrokken. Doordat er zoveel mensen betrokken zijn, vergroot de olievlek en zichtbaarheid. We hebben zichtbaar gemaakt dat het een korte doorlooptijd heeft, haalbaar is en snel resultaat oplevert. Het project raakt iets bij mensen.

Een minibos is misschien klein, maar er is van alles te leren en te ontdekken. Elk Tiny Forest wordt geadopteerd door een school of kinderopvang. De kinderen worden boswachter in hun eigen bos, ofwel Wilde Wachter. Wilde wachters

zijn natuurherstellers, natuurtellers en natuurvertellers. Natuurherstellers planten het bos aan en onderhouden dit. Natuurtellers houden de groei van de boompjes bij en brengen de bosbewoners in kaart. Natuurvertellers geven rondleidingen voor ouders, buurtbewoners en andere geïnteresseerden. Uiteindelijk kunnen we met 100 Tiny Forests jaarlijks 5.000 Wilde Wachters opleiden.

Een natuurlijke manier van leren

We planten het bos aan en dat moet daarna beheerd worden. We laten de natuur zoveel mogelijk zijn gang gaan. Kinderen kunnen zwerfafval rapen. We laten het onkruid staan, behalve als het heel erg gaat woekeren. Verder kunnen ze vogelhuisjes timmeren, takken rillen en insectenhôtels maken. Een vervolgonderzoek wordt tellingen van bodemonsters nemen. Ze kunnen insecten in beeld brengen. Ze gaan met échte meetapparatuur werken van om temperaturen en verdamping te meten. Er moet ook ruimte zijn om eigen onderzoeksvragen te ontwikkelen. Wij trainen de leerkrachten om buiten les te geven en de vragen van kinderen zelf leidend te laten zijn.

Tiny Forest voelt als een interne oproep aan mezelf. Dit is wat ik echt belangrijk vind. Dit destilleert zich steeds meer uit tot een natuurlijke manier van leren. Wat je nu ziet, is dat alle games zijn voor gestructureerd. Kinderen doen alleen nog maar dingen die voor hen bedacht zijn. Lessen zijn voor hen bedacht, daar is een goed of een fout antwoord. De omgeving voor kinderen is door ons ingericht. We leren ze dat de wereld een gestructureerd geheel is. Op deze

deze manier creëren we een generatie die we niet echt nodig hebben. Eigenlijk moeten we kinderen alles leren wat computers niet kunnen en dat is muziek, dans, kunst en denken in kringlopen. Creativiteit hebben we nodig. Creativiteit en originaliteit nemen af. Kinderen die nu op de basisschool zitten, gaan allemaal dingen doen die nu nog niet bestaan, die we ons nu niet voor kunnen stellen en daar zijn zij dus helemaal niet op voorbereid. We hebben juist een originele, vindingrijke generatie nodig die ons verder kan helpen bij de grenzen die we nu ervaren in de economie en ecologie. Die leiden we niet op. We perken kinderen steeds verder in. Ik ervaar dat als een groot probleem. Ik voel me hiertoe opgeroepen: "Hoe kan je nu die natuurlijke orde van het leren weer herstellen?"

Dit kan door ontdekkend leren en omgaan met structuur en chaos. Spel is een natuurlijke manier van leren. Buiten leren is natuurlijker dan binnen in een leslokaal. Met dit laatste zijn we ook bezig om dat te meten en dat noemen we het Binnenbos. Hoe zijn de omstandigheden in de klaslokaal? De luchtkwaliteit van de lokalen is om van te schrikken. De lokalen zijn te warm, waardoor je je niet meer goed kunt concentreren. Het aantal lichtdeeltjes dat binnenkomt, is veel te laag. De CO₂ waarde te hoog en de luchtvochtigheid te laag. Zo'n omgeving leent zich niet om goed te kunnen leren. Ik vind het heel inspirerend om naar mijn zoontje van anderhalf te

kijken, hij leert één ding tegelijk, volgens mij is dat de natuurlijke manier van leren. Dat gaat helemaal vanzelf.

Ik denk dat we heel erg ver afgedwaald zijn van wie we als mens zijn. Er is een enorme groei van stedelijk gebied en ons brein evolueert zich een stuk langzamer. We zijn de connectie met de natuur kwijt. Als je je meer verbonden voelt met de natuur, kun je je ook makkelijker verbonden voelen met jezelf en je ook makkelijker verbinden met anderen. Je ziet ook dat mensen die in een groene omgeving leven aantoonbaar gezonder zijn en minder bij de huisarts komen.

Mijn verbeeldingskracht maakt mij een pionier. Ik denk anders dan anderen, dat is een groot verschil. Nog een verschil, dat ik wel heb moeten leren door de jaren heen: eerst was ik heel trots op mijn ideeën en nu ben ik trots op wat ik doe. Van conceptueel heel sterk, heb ik mezelf ontwikkeld naar anderen meenemen en heb ik handvatten gekregen om het zelf te gaan doen. Verder voel ik me aangetrokken tot nieuwe ideeën en ze komen gewoon op mijn pad. Ik heb een goed gevoel voor trends en op wat gaat werken en aanslaat.

Hoe ik het verschil maak

Tiny Forest is voor mij een succes als ik over 20 jaar iemand tegenkom die Wilde Wachter is geweest en dat dat dan een beslissend moment is geweest in

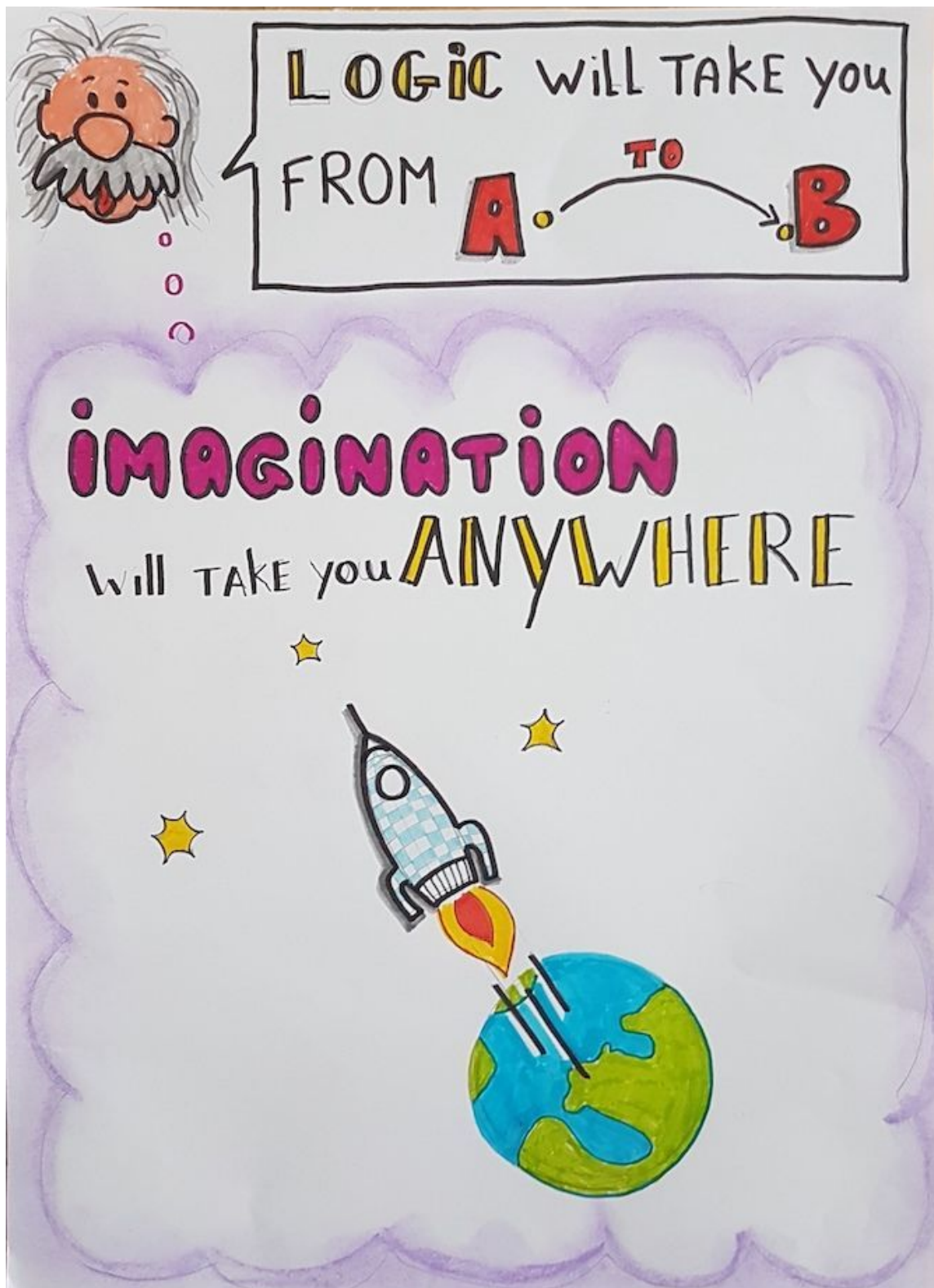
haar of zijn leven. Het is om elkaar te krijgen. Het is nieuwsgierig over de natuur. Dat kind van de aarde een eco-kind. Het is met elkaar samenwerken. Het is een educatieprogramma. Het is belangrijker dan het herstel van de natuur. Uiteindelijk heb je Wilde Wachters nodig die komen die aan het herstel van de natuur werken. Het is werken aan het herstel van de natuurlijke systemen. Het is ontregeld zijn.

Ik ben altijd op zoek naar volgende, het is een me enorm. Ik heb een Food Forest, om de aandacht te brengen en dat af te zetten. Het is een moestuin traditie. Ik denk na over hoe het wordt geprikkeld. Het is leren en natuur omgevingen. Waar voelen we ons? Kunnen we erin? Het is natuurlijk leren. Het is school kwijtraan. Het is gestimuleerd. Het is hele grote vragen. Ik daar steeds beweeg. De natuur het leren, dat is het. Het grootste verschil is doordat ik doe. Het is vind. Eerst was de wereld red. Het heeft mij in la. Het is volgens mij een 'Don't task yourself, needs, ask yourself to come alive, and

ven. Ik hoop het voor
 en dat kinderen weer
 worden naar de
 nderen leren dat de
 systeem is, waar alles
 menhangt. Het
 ramma is voor mij
 an de aandacht op
 n biodiversiteit.
 oop ik dat er uit het
 r programma mensen
 n de slag gaan met het
 e ecosystemen.
 et herstel van alle
 stemen op aarde die

p zoek naar het
 innovatieve triggert
 ben nu bezig met Tiny
 om dat onder de
 rengen van scholen
 etten tegen de
 itie in Nederland. Ik
 landbouwsystemen. Ik
 eld door natuurlijk
 urlijke leer-

Wat is ons habitat?
 ve ons lekker? Hoe
 voor zorgen dat je het
 vermogen niet op
 akt, maar dat het juist
 wordt? Het is een
 ag, maar ik merk dat
 meer naartoe
 atuurlijke orde van
 vind ik interessant.
 verschil maak ik
 e wat ik heel leuk
 s ik bezig met 'ik ga
 den'. Deze quote
 ten zien, hoe ik
 cht het verschil maak:
 rself what the World
 rself what makes you
 nd do that. Because



you come alive, and do that. Because what the world needs is people who come alive'. Dat 'Tiny' heeft heel veel inzicht in zich: je hoeft niet iets heel groots te doen. Je kunt ook iets heel kleins, lokaals doen dat een enorme olievlek tot gevolg heeft. De Optimist noemde het de grootse mogelijkheden van kleine bossen.

Meer informatie

Interview: Desirée Paalvast



WWW.PIONIERSMAGAZINE.NL

Als Maatschappelijk Verantwo

SVN richt zich op **wereldverbete**

De 21ste eeuw vraagt meer dan ooit om maatschappelijke betrokkenheid van ondernemers, consumenten en de politiek. Een beweging als Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen is een prachtige eerste stap in de goede richting van een nieuwe, verantwoorde manier van omgaan met de aarde en met elkaar.

Maar is het voldoende?

Moeten we niet een stapje méér doen?

Moeten we niet Wereldverbeterend Ondernemen?

Waar Ondernemen niet genoeg is verend ondernemen

Auteur: Erica Pierik

Foto: harvepino | bigstockphoto

Het idee is niet nieuw. Al in 1987 kwam in Colorado (VS) een kleine groep ondernemers bijeen, met het idee om een platform te creëren waar waardegedreven ondernemers elkaar konden ontmoeten. Naar aanleiding van deze bijeenkomst richtten Wayne Silby en Josh Mailman in datzelfde jaar het Social Venture Network (SVN) op: een netwerk dat zich richt op ondernemen voor een duurzame, betere wereld. Hoewel dat nu heel logisch klinkt, was het in die tijd een heel nieuw paradigma: een wereld waarin bedrijven zich inzetten om waarde toe te voegen aan de maatschappij, met oog voor het welzijn van toekomstige generaties.

Nu, ruim dertig jaar later, is SVN een non-profit organisatie met wereldwijd meer dan 500 lokale afdelingen. Allemaal onderschrijven ze de leidende principes om een betere, duurzame wereld te creëren. Ook Nederland kent een bloeiende SVN-afdeling, met ongeveer 150 actieve leden. De internationale missie 'World Improving Entrepreneurship' is vertaald naar Wereldverbeterend Ondernemen en iedereen die de waarden van SVN deelt kan lid worden.

Waarom wereldverbeterend?

Steeds meer mensen met een wens om duurzamer te leven, komen erachter dat dit niet zo eenvoudig is als het lijkt. Elke actie heeft een effect later in de tijd of elders in de wereld. Om deze effecten te minimaliseren of zelfs positief te maken, heb je zelf een goed beeld nodig van de werking en kracht van de totale ecologisch, economisch en sociale systemen: op wereldniveau, op

nationaal, regionaal, stedelijk of zelfs bedrijfsniveau. Alleen dan zie je alle aspecten van een compleet ecosysteem en kun je je dilemma's en toekomstprojecties een plek geven. Het gaat dus in de eerste plaats over bewustwording van de gevolgen van je acties.

De stap daarna is proberen met door je actie het systeem - later of elders - weer in balans te krijgen. Alles hangt met alles samen: met ruim zes miljard mensen op deze aarde zijn deze 'inter-connecties' een precair systeem. Bovendien zorgt de snelle ontwikkeling van technologie voor razendsnelle veranderingen, terwijl educatie, politiek en maatschappij nog zijn ingericht op een stabiele omgeving. Dit leidt tot disrupties.

De ideologie van SVN richt zich daarom op de volgende ontwikkelpunten:

1. Het ontwikkelen van veerkracht zodat aanpalende systemen minder kwetsbaar zijn voor de gevolgen van acties elders;
2. Het inzetten van talenten en kracht en daarmee kansen creëren;
3. Het benutten van nieuwe technologie;
4. Quantum-innovatie: niet denken in 'steeds beter' maar in 'radicaal anders';
5. Geen verbeteringen maar oplossingen (dus niet minder vervuilen maar 'gewoon' niet vervuilen);
6. Partnerschap met verschillende culturen, generaties en denkwijzen, om tot echte vernieuwing te komen.



"Steeds meer mensen met een wens om duurzamer te leven, komen erachter dat dit niet zo eenvoudig is als het lijkt. Elke actie heeft een effect later in de tijd of elders in de wereld."

SVN richt zich daarom vooral op het verbinden van mensen en het aangaan van samenwerkingsverbanden waarbij mens en planeet centraal staan. Dit betekent niet dat geld geen rol speelt, maar wel dat geld als middel wordt ingezet voor een betere wereld. De achterliggende theorie hierbij komt o.a. van Gunther Pauli.

Blue Economy

Het idee van een 'blauwe economie' is een reactie op de polarisatie in het economisch denken eind vorige eeuw. Ofwel bedrijven namen deel aan een 'rode' economie die draaide op winstmaximalisatie en eigenbelang (eco-negatief), ofwel aan de 'groene' economie waar duurzaamheid voorop stond en geld een ondergeschikte rol had - de activiteiten in deze economie hebben geen negatieve impact op de aarde (eco-neutraal).

Bij de blauwe economie draait alles om overvloed. Volgens Pauli is het mogelijk om activiteiten te ontplooien die de aarde beter maken (eco-positief) en daar ook geld mee te verdienen. Door niet langer te denken in schaarste maar in overvloed en lokaal, kun je op nieuwe manieren problemen aanpakken die mens en milieu belasten. Veel voorbeelden vind je in de natuur: door te kijken hoe natuurlijke processen lopen en deze na te bootsen, vind je oplossingen voor problemen en voorkom je tegelijkertijd uitputting van de aarde. Een voorbeeld is de natuurlijke ventilatie bij zebra's, met hun zwart-witte strepen. Door toepassing van zwart-witte bouwconstructies in warme landen, is er sprake van natuurlijke koeling en is

daarom minder energie nodig voor airconditioning. Door toepassing van simpelere en schone technologieën creëer je betere, goedkopere oplossingen die weinig tot geen belasting meebrengen.

"Door niet langer te denken in schaarste maar in overvloed en lokaal, kun je op nieuwe manieren problemen aanpakken die mens en milieu belasten."

Net als SVN gaat een blauwe economie uit van het creëren van meerwaarde in plaats van meer winst door bijvoorbeeld kostenbesparingen of belastende technologie. In het gelijknamige boek geeft Pauli honderd voorbeelden van oplossingen die schoon, winstgevend en eenvoudig zijn, en sociale meerwaarde bieden. Deze oplossingen zijn voornamelijk gebaseerd op natuurkunde en gaan uit van de lokale omstandigheden (temperatuur, omgeving). Het is dus een hele andere manier van kijken. In de natuur bestaat er geen afval, maar wordt alles hergebruikt (voedsel, materie en energie). Vanuit dit idee is alles te hergebruiken, en bijproducten worden bron voor nieuwe producten. In de natuur is alles verbonden en heeft elk proces verschillende meerwaarden. Ook maakt de natuur alleen gebruik van wat lokaal aanwezig is en reageert alleen op wat op dat moment nodig is, met efficiënt gebruik van materiaal.

Zo ziet de SVN ook een wereldverbeterende onderneming: werken met wat lokaal aanwezig is, met

respect voor cultuur en traditie, vanuit oogpunt van hergebruik en zonder problemen te veroorzaken elders in de wereld of op een later moment. Dit leidt tot een niet-lineaire maatschappij, waar bronnen efficiënt worden ingezet en bovendien alles hergebruikt wordt.

Holistische blik

SVN is een beweging voor en door de leden. Niet met een bestuur dat regelt, organiseert en bestuurt, maar een groep bewogen ondernemers, met een wereldverbeterende drive die willen laten zien dat duurzaamheid een kwestie is van intrinsieke motivatie, die zelf de richting van de organisatie stuurt. Wel is er een kerngroep die alle initiatieven verzamelt en deelt. Er is evenmin een voorzitter, wel is Engbert Breuker de voornaamste contactpersoon van SVN.

"De jaren zestig was de periode van de love & peace-generation," zegt Breuker. De iconen van deze tijd, John Lennon en Yoko Ono, gingen in een hotelbed liggen en riepen op tot vrede. In de jaren tachtig werden de mooie idealen opgeofferd aan de nieuwe zakelijkheid. Breuker streeft ernaar om het beste van beide stromingen te integreren om zo een betere wereld te creëren. Het love & peace denken dient dan wel gecombineerd te worden met daadkracht. Deze daadkracht is beslist niet gebaseerd op industriële paradigma's maar juist op individuele acties van personen.

Deze ontwikkeling in het denken over een betere wereld is het uitgangspunt bij SVN. Vanuit het idee dat al je acties consequenties hebben, kunnen dit maar beter gunstige consequenties zijn. Zo

maak je niet alleen je eigen leven, maar ook dat van anderen elders op de wereld en later in de toekomst beter. Als geld niet langer je doel is ('money first'), maar een middel om bij te dragen aan het welzijn van mens en planeet - kortom, als je wereldverbeterend onderneemt - zijn we samen op weg naar een mooiere wereld (care first).



Foto: Mirande Phernambucq

Erica Pierik (1975) is auteur voor Pioniers Magazine. Zij woont samen met haar man en twee katten in Amsterdam West.

Samen kwamen ze erachter dat ze bewuster en duurzamer wilden leven, met een minder grote voetafdruk en met meer liefde voor de omgeving. Ze hebben daarom een paar jaar geleden een groot en duur appartement in Oud Zuid verruild voor een kleine, betaalbare woning in Bos en Lommer, zodat Erica haar stressmakende baan op kon zeggen. Nu werkt ze voor zichzelf als tekstschrijver (Buro Mani), heeft ze jaloersmakend lage hypotheeklasten en inspireert ze graag anderen om net als zij te leven volgens eigen kernwaarden.

www.ericapierik.nl

WWW.PIONIERSMAGAZINE.NL

Zon en plezier kur

EEN INTERVIEW MET
CATHELIJNE LANIA,
EIGENAAR VAN
A BEAUTIFUL STORY



Als geen ander weet Cathelijne Lania (middelste op de foto) hoe het is om iets goeds voor de wereld te doen én om dat met veel plezier te doen. Niet voor niets is haar Friese levensmotto: "Sinne en wille kinne proppe tille", dat zoveel betekent als: "Zon en plezier kunnen veel dragen." Als het werk dat je doet vanuit je hart komt en het je plezier geeft, kan je als mens veel hebben.

Cathelijne is eigenaar van a beautiful story, een fairtrade organisatie die in Nepal handgemaakte sieraden maakt en dit in Europa en Australië in meer dan 600 winkels op de markt brengt. Hoe is haar bedrijf ontstaan en wat vindt zij belangrijk als Maatschappelijk Verantwoord Ondernemer?



nnen veel dragen



Hoe is a beautiful story ontstaan?

De echte oorsprong ligt in mijn studententijd toen ik bedrijfskunde studeerde. Ik liep stages in ontwikkelingslanden. Het begon met het bouwen van een bakkerij in Zuid-Afrika. Naast het echte bouwen, maakte ik een marketingplan om ervoor te zorgen dat de bakkerij ook echt klanten kreeg. Dat was voor mij de eerste ervaring waarbij ik merkte dat ik met mijn gezonde verstand en mijn marketing achtergrond iets kon betekenen voor anderen. Ik had altijd het idee dat dat alleen voorbehouden was aan ontwikkelingswerkers. Mijn ervaring in Zuid-Afrika smaakte naar meer.

Ik vervolgde mijn weg naar China en heb daar drie maanden voor 'Foster Parents' gewerkt. Na mijn studie kwam mijn moeder een journaliste tegen die een computercentrum in Nepal op wilde zetten. Ik ben gaan helpen en uiteindelijk kunnen er nu jonge mensen die daar wonen maar weinig perspectief hebben, opgeleid worden in het werken met computers. Ik deed er veel vrienden op waaronder de eigenaar van een zilverfabriekje in Kathmandu. Vijf jaar later werkte ik bij Douwe Egberts op de marketingafdeling. Het werk daar ging me steeds meer tegenstaan. Hoe hoger je komt, hoe meer het gaat om politiek en jezelf neerzetten. Ik ben een mens van samenwerken en van de inhoud. Ik ging steeds harder werken, ik begon me ook de situatie van de koffieboeren aan te trekken. Toen barste de bom, ik werd ziek. Ik kreeg een burn-out. In die periode ben ik veel na gaan denken over wat ik wilde met mijn toekomst.

Een paar maanden later hoorde ik van de eigenaar van de zilverfabriek dat het

niet goed ging met zijn bedrijf. Het voelde meteen als dat het mijn plek was om daar heen te gaan. Dat was in 2005. Ik wilde niet langer alleen maar aandeelhouders rijker maken. Er stonden twaalf jongens op straat in Nepal en ik wist dat ik ze kon helpen. Ik heb redelijk impulsief mijn baan opgezegd en ben naar Nepal gevlogen.

"Ik wilde niet langer alleen maar aandeelhouders rijker maken."

Hoe reageerde je omgeving op je drastische carrièreomslag?

Mijn collega's vonden het heel logisch want zij wisten al hoe ik erin stond en waar ik tegenaan liep. Ik deed in die tijd veel vrijwilligerswerk en mensen die mij een beetje kenden wisten van mijn sociale kant. Ik ben een soort mix van mijn moeder en mijn vader. Mijn vader is een keukenhandelaar, heel commercieel, en mijn moeder was sociaal werker in de sociale hulpverlening. Voor elkaar zorgen is voor mij heel logisch.

Mijn ouders vonden het nogal spannend want ik had een statusbaan en zekerheid en dat gooide ik zomaar overboord. Mijn inmiddels echtgenoot Henk, kende ik toen net een half jaar. Hij was ook ondernemer. Dat stimuleerde mij om dat ook te willen doen. Ik ben met een lening gestart want ik had zelf niks. Ik vond dat de mensen die werkten in het zilverfabriekje zulke mooie dingen maakten en dat mocht gewoon niet stoppen.



Iedereen heeft een mooi verhaal of is een mooi verhaal en dat verdient het om er te zijn. Wij zijn zo gelukkig in ons land dat we alle kansen krijgen maar je hebt pech als je moet overleven in een land dat niet zo welvarend is. Ik vind dat iedereen zijn eigen mooiste verhaal moet kunnen leven, waar je ook woont, wat je omstandigheden ook zijn. Daartoe wil ik mensen faciliteren of inspireren.

Je bent inmiddels uitgegroeid tot een groot bedrijf. Kan je daar iets over vertellen? Hoe ziet het eruit?

Het is mij lang niet groot genoeg nog! We zijn nu met zeven vaste medewerkers en een team van freelancers. Al heel wat, maar vorig jaar waren we met twaalf. We hebben al veel moeilijke momenten overleefd, bijvoorbeeld na de aardbeving in Nepal, toen onze productie stil lag. Wat ook heel lastig is, is dat ik in de modewereld zit. Die wereld is grillig. Elk half jaar moet je vernieuwen. Je bent zo goed als je laatste collectie. De modewereld heeft het zelf ook erg moeilijk. Onze crisis zijn we vorig jaar gelukkig te boven gekomen door een crowdfunding. Dat was erop of eronder en zéker een spannende tijd.

Beperk je je alleen tot de modewereld?

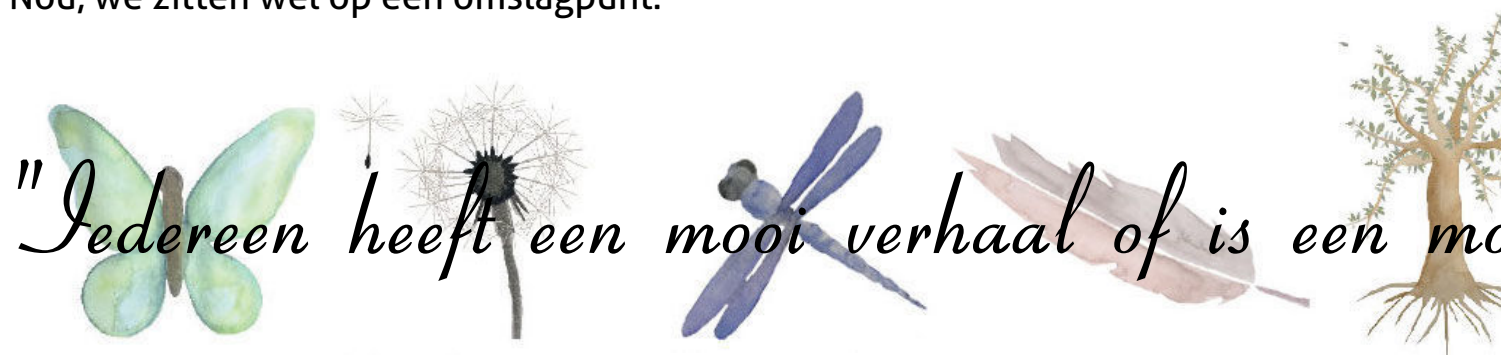
Nou, we zitten wel op een omslagpunt.

We willen ons bedrijf in de toekomst anders opzetten. We hebben alle businessmodellen in de afgelopen jaren wel gehad. Zo begon ik als een 'tupperware'-dame. Toen ik vrij was van Douwe Egberts dacht ik "ik maak even geen plan ik ga gewoon verkopen".

Ik nam koffers met sieraden mee en ging bij de mensen thuis langs en ik vertelde het verhaal van a beautiful story. Dat hield ik een jaar of twee vol. Toen ik kinderen kreeg was het minder handig omdat ik veel 's avonds op pad was. Het werd een ander scenario. Vervolgens hebben we gadgets voor bedrijven gemaakt. In 2010 vonden de grote bedrijven die we als klant hadden, als gevolg van de crisis, onze fairtrade en MVO spullen te duur. In een jaar verloor ik mijn drie grootste klanten. Ik moest mezelf opnieuw uitvinden.

De afgelopen vijf jaar leg ik nadruk op onze merknaam en hebben we ons toegelegd op de retailers. We hebben nu zo'n 600 verkooppunten in Europa. Je kunt ons vinden naast Nederland in Duitsland, Zwitserland, België, Engeland, Frankrijk, Oostenrijk en we hebben zo'n 30 winkels in Australië. Dat is heel goed, maar onze producten worden vaak gezien als een sluitpost in de modebranche. Daarbij komt dat er in elke plaats wel iemand is die sieraden maakt. Dat maakt deze branche onzeker voor ons.

"Iedereen heeft een mooi verhaal of is een mo



Wat mij opvalt aan je website www.abeautifulstory.nl is dat wanneer je sieraden met edelstenen verkoopt het meestal in de spirituele hoek zit en de kwaliteit vaak te wensen overlaat. Jullie hebben een formule gevonden die kwalitatief goed in elkaar zit en er ook goed uitziet.

Dat is exact wat ik opschreef in mijn eerste businessplan! Ik wilde de spirituele winkel vertalen in een nieuw jasje. Ik wil onze producten toegankelijk maken voor iedereen. Mijn ultieme uitdaging is om mensen die helemaal niet bezig zijn met bewustwording op een laagdrempelige manier te bereiken. Het is niet belangrijk of je gelooft in de kracht van edelstenen want als je leest dat een citrien staat voor vrolijkheid en creativiteit dan geeft je dat een steuntje. Wie wil dat niet?

Wat kom je tegen als MVO ondernemer?

Ik vind het best moeilijk dat er in de wereld een hang naar materialisme is. We willen steeds meer spullen. Wat mij tegenstaat is dat we ook steeds meer spullen de wereld in sturen. De focus ligt bij ons vanuit de People, Planet, Profit gedachte voornamelijk op People. Ik ben me ervan bewust dat ook dat ten koste kan gaan van de Planet-kant.

De laatste jaren zijn we enorm gegroeid. In Nepal is er een zilverfabriek en een vrouwenwerkplaats. Dat waren eerst vier vrouwen die een kettinkje maakten voor toeristen en nu is het een bedrijf met dertig vrouwen die daardoor allemaal in hun eigen onderhoud kunnen voorzien. Wat er nog niet klopt is dat al deze vrouwen uitsluitend voor a beautiful story werken. Die afhankelijkheid vind ik niet goed. Het zou mooi zijn als er ook nieuwe, andere klanten komen. We begeleiden hen daarbij. Best bizar, want daarmee creëren we ook onze eigen concurrentie. Maar ik geloof altijd in overvloed, er is genoeg voor iedereen.

Ik deel altijd alles met iedereen. Dat vinden mensen weleens gek. Iedereen heeft een andere invalshoek. In de modebranche ligt er veel accent op het mooiste product, een perfect kledingstuk of de mooiste tas. Mijn drijfveer ligt er niet in om het mooiste sieraad te maken. Ik heb wel designers die er iets moois van maken maar mijn aandacht gaat naar de mensen uit. Ik zie bij de vrouw die de werkplaats leidt dat ze zichzelf steeds meer ontwikkelt. Dat vind ik zo mooi om te zien. Het welzijn van de vrouwen in de werkplaats ontwikkelt ook steeds meer. Het product is een middel om onze doelen te bereiken. Dat is het speelveld waar we in zitten met a beautiful story. Wij gaan van mode naar "gift". Het is een cadeau dat je aan jezelf of aan iemand anders geeft, en geen mode accessoire.

...oi verhaal en dat verdient het om er te zijn"

We zorgen in Nepal voor werkgelegenheid en we zorgen dat de vrouwen zich kunnen ontwikkelen. Die empowering geeft vrouwen een goede toekomst. Daarnaast hebben we erin geïnvesteerd dat we kwalitatief goede artikelen maken zodat ze langer meegaan.

Ik ervaar het ondernemerschap niet als simpel, want het gaat gepaard met financiële stress. Ik blijf mezelf in de spiegel aankijken. "Kan ik dit, wil ik dit?" zijn vragen die ik mezelf al elf jaar lang stel. Ik heb daardoor ook ontdekt waar mijn interesse ligt, wat ik goed kan en wat ik wil. Onze merkmissie heeft zich ontwikkeld in de afgelopen jaren en is met mij meegegroeid. Wat ik zelf heb meegemaakt in deze mooie zoektocht wil ik graag doorgeven aan anderen.

Wat is je grootste wens?

Een van mijn grootste inspiratiebronnen is Virgin, het bedrijf van Richard Branson. Virgin bestaat uit zo'n 80 uiteenlopende bedrijven die bepaalde waarden delen. Zo valt er een vliegtuigmaatschappij onder, telefonie, ruimtevaart en nog veel meer. Hij hanteert waarden als avontuur, plezier en klantvriendelijkheid. Vanuit een merk kan je zoveel doen en dat inspireert mij. Dat wil ik ook graag voor de toekomst. Ik vind het belangrijk dat wat wij doen banen oplevert voor mensen die een afstand tot de arbeidsmarkt hebben doordat ze ergens geboren zijn waar ze minder kansen hebben of door andere omstandigheden. En ik wil graag dat wat we doen mensen inspireert om het mooiste verhaal van hun leven te maken. Organisaties die onze waarden

delen zijn welkom. Dat kan een hotel of restaurant zijn of een reisorganisatie, een uitgeverij of een tijdschrift. Wat ik hoop is dat ik a beautiful story zo kan neerzetten dat het ondernemers gaat aantrekken die ideeën hebben wat bij onze missie past: Maatschappelijke impact maken en mensen inspireren.

Wat is jouw eigen allergrootste talent?

Ik heb er een paar, ik kan heel groot denken, mensen goed inspireren om ze aan te zetten dat ze het ook kunnen en mensen binden, verbinden.

Welk talent zou je graag willen hebben?

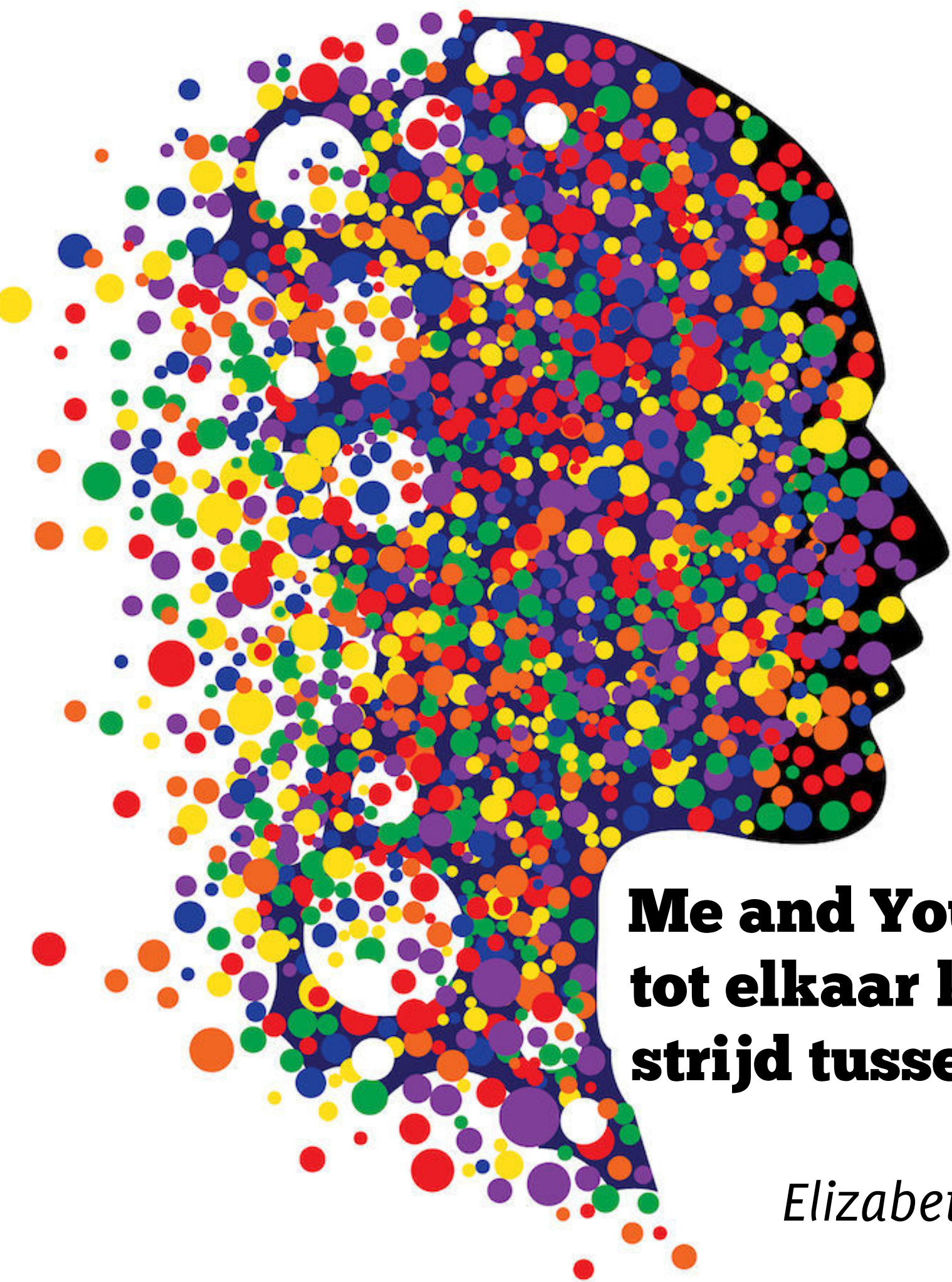
Me niet druk maken over wat anderen van me vinden. Vrijheid. Ik hou van harmonie en niet van ruzie en disharmonie. Ik zou 't fijn vinden als ik me er minder van aan zou trekken. Je bent zelf je grootste criticus, ik lig nooit wakker van financiën, maar ik lig er wel wakker van als er een relatie met iemand niet goed zit. Dat leidt me af van mijn doel. Ik zou het fijn vinden als ik daar wat meer vrijheid in zou hebben. Mijn levensmotto is een Friese: "Sinne en wille kinne proppe tille": "Zon en plezier kunnen veel dragen".

LEZERSAANBIEDING:

Speciaal voor jou als lezer biedt a beautiful story nu 20% korting aan op haar sieraden en andere producten in de webwinkel. Gebruik hiervoor de kortingscode PIONIERS op www.abeautifulstory.nl







**Me and You
tot elkaar ko
strijd tussen**

Elizabeth



**Too, nader
omen na de
de seksen**

Debold

Nu de #metoo-golf de wereld overspoelt, maakt het me verdrietig hoe zeer mannen en vrouwen in strijd verward zijn op dit moment. De simpele maar belangwekkende verschuiving naar het daadwerkelijk geloven van vrouwen die machtige mannen beschuldigen, is meer dan terugbetalen met gelijke munt een tastbaar teken van gelijkheid en reden voor een feestje. Sinds Aristoteles heeft de Westerse cultuur vrouwen voor

leugenaars gehouden. Dit is dus een enorme beweging. De manier waarop deze verandering zich voltrekt, zonder een eerlijk proces of de kans voor mannen om hun perspectief toe te lichten, is net zo'n autoritair motief als elke vorm van het zogenaamde patriarchaat is of was. Het verschuiven van de macht in onze cultuur van mannen naar vrouwen zal geen diepgaande verandering creëren als we niet ook de onderliggende fundamenteën



fundamenten van ons bewustzijn veranderen, zoals we deze als mensen onder elkaar uitspelen.

We zijn op een uniek punt in het postmodernisme aangekomen. Postmoderne progressieven, voornamelijk vrouwen, winnen momentum in de queeste om culturele normen te hervormen naar normen die vrouwen macht geven en seksuele diversiteit bevrijden. Lang gekoesterde verwachtingen en verlangens, zoals mannen die het eerst in actie komen en vrouwen die meer het emotionele werk doen, worden opgezegd zonder enige vervanging van of visie op wat een krachtige, niet ironische, heteroseksuele verbintenis tussen twee gelijke mensen nog meer kan zijn. Zoals Olga Khazan (The Atlantic) zegt: "Na de afgelopen maanden lijkt het wel alsof de mensheid zijn handleiding voor zijn voortplantingsfunctie is kwijtgeraakt en het wiel weer helemaal van voor af aan moet uitvinden."

Misschien is nu het goede moment ons af te vragen wat er in die handleiding zou moeten staan. Hoe kunnen we deze basale, culturele programmering een update geven? Om te beginnen moeten we de oude programmering met wortel en tak uitroeien. Dat is natuurlijk niet zo eenvoudig, maar alleen dan kunnen we werkelijk ook maar beginnen te heroverwegen wat we proberen te doen, hand in hand met wat onze rol in een nieuwe cultuur zou kunnen zijn.

De oude handleiding

De laatste handleiding voor het bespreken en creëren van de context voor procreatie, beter bekend als het huwelijk, werd letterlijk geschreven in de 18e eeuw. De grote innovatie was

toen de 'liefdesmatch': het toen revolutionaire en verontrustende perspectief dat mannen en vrouwen hun partners op basis van wederzijdse aantrekkingskracht en liefde zouden moeten kiezen in plaats van op economische of praktische gronden in een door anderen gearrangeerde verbintenis.

"Na de afgelopen maanden lijkt het wel alsof de mensheid zijn handleiding voor zijn voortplantingsfunctie is kwijtgeraakt en het wiel weer helemaal van voor af aan moet uitvinden."

We kennen allemaal de geschiedenis. Het slimme, hardwerkende meisje veroverd het hart van de heer des huizes en hij trouwt met haar. De eerste versies van deze verhalen werden echt "gedragscodes" genoemd, omdat ze jonge vrouwen van de 16e tot de 18e eeuw leerden hoe ze zich moesten gedragen en hoe ze uiteindelijk een partner uit de hogere klasse aan konden trekken. De dynamiek van deze verhalen dragen we nog steeds met ons mee. Tot op de dag van vandaag geldt voor veel vrouwen, speciaal van de generatie '68, dat ze om van te houden zijn als ze een man kunnen aantrekken uit een hogere sociale klasse. Geliefd zijn betekent nog steeds dat de man genoeg zorgt voor een leven van materiële overvloed dat je zonder hem niet zou hebben. Lukt dit niet, dan rest een diep gevoel van onbevredigd zijn, of zelfs verdriet en

depressie.

Dit verhaal verpakte een economisch of praktisch verbond in een warm wollig jasje van romantische liefde. Het leunt op voorwaarden die niet langer opgaan en toch houden de verlangens die erin centraal staan ons nog steeds in de greep. Op de eerste plaats moest een vrouw deugdelijk zijn, oftewel: maagd. Op de tweede plaats was de vrouw in dit verhaal volledig economisch afhankelijk van de man. Op de derde plaats komt zijn aanzoek op het moment waarop lust verandert in respect en liefde. De transformatie van verlangen is gebaseerd op het jagen van de man en de vrouw die weerstand biedt of haar seksualiteit onderdrukt of gebruikt om hem te verleiden. Boven alles moest liefde het economische voordeel verhullen die vrouwen kregen in ruil voor seks, verzorging en het baren van kinderen. Voor vrouwen zijn het gevoel van liefde en de ervaring van afhankelijkheid dus met elkaar verknoopt. Voor mannen zijn liefde en het gevoel nodig te zijn vaak verknoopt.

Hoewel we in de 21e eeuw leven, regeert deze handleiding nog steeds onze erotische reflexen. We denken dat we een nieuw leven leiden, maar zijn vaak misleid wat betreft het basale, emotionele patroon dat we volgen. Met als resultaat dat we verscheurd worden door ons idee van gelijkheid en onze oude handleiding, die leidt tot ontevredenheid en verwarring.

Het intieme slagveld

Ironie en cynisme bepalen het humeur van het postmodernisme. Met ons hoofd geloven we niet in het romantische verhaaltje met zijn dwaze happy end.

Hoe benaderen we elkaar dus en met welk doel? Sinds de late jaren '90 doken er nieuwe handleidingen op, te beginnen met *The Rules* door Ellen Fein en Sherrie Schneider. Het was hun expliciete doel om vrouwen te helpen een man te vinden door onbeschikbaar te zijn en zo hun biologisch bepaalde genoeg in de jacht aan te wakkeren. Sommige onderzoekers wijzen dit boek aan als de aanstichter van de verleidingsgenootschappen en de groepen van meesters in het versieren die mannen leren hoe ze door de defensie van vrouwen heen kunnen breken en ze in bed kunnen krijgen. Het schreeuwerige, instrumentele gebruik van de andere persoon dat deze handleidingen voorstaan, creëren en versterken wantrouwen en cynisme. Dit creëert een slagveld tussen mannen en vrouwen op het meest intieme niveau.

De #metoo-campagne schijnt zijn licht op hoe intiem (en geheim) dit slagveld is geweest. In een tijdperk waarin we verondersteld worden alles wel een keer gezien te hebben en niet te choqueren te zijn, was ik niet voorbereid op de combinatie van machtsmisbruik en seksueel wangedrag waar vrouwen (en enkele mannen) op wezen. Voor de meeste mensen, is werk niet gescheiden van het sociale leven, zeker niet voor jonge mensen. Na 1968 en na de seksuele revolutie, met vrouwen die de helft van de werkvloer vormen, is het onderscheid tussen bazen, collega's, vrienden, friends-with-benefits en intieme partners aan constante verandering onderhevig. Dat kan erg verwarrend zijn. Jonge mensen hebben hierin rolmodellen nodig en veel van de mannen die het voor het zeggen hebben, hebben het vertrouwen dat hoort bij het zijn van een rolmodel en

en mentor grof geschonden.

Als je achteruit stapt en ziet dat films vol seks zitten, porno zo makkelijk toegankelijk is, advertenties bol staan van de blote vrouwen en de laatste modetrends niets verhullend zijn, dan zijn we seksueel gesproken niet bepaald in vorm, ondanks het laagje vernis van seksuele vrijheid. In menselijke seksualiteit komen onze rudimentaire verlangens, in de schaduw verstopte drang en diepste trauma's het meest aan het licht. Als 1 op de 3 vrouwen zegt dat ze pijn ervaren bij het vrijen, is er iets niet goed. Als de grootste risicogroep voor een pornoverslaving jongens tussen de 12 en 17 zijn, is er iets niet goed. Als tweederde van de tienermeisjes geen fysieke opwinding ervaart en 40% van de vrouwen geen orgasme heeft tijdens de seks, is er iets niet goed. Als een derde van de jonge mannen tussen 18 en 25 enige vorm van seksueel disfunctioneren heeft, vaak vertaald in depressie, is er iets niet goed. Dit zou allemaal kunnen duiden op andere strijdperken, waar het conflict nog niet benoemd is. Het postmodernisme heeft seksualiteit gevierd in de hoop onze levenskracht te bevrijden, maar heeft het maar al te vaak ontdaan van elke grotere context van menselijke zingeving, intimiteit en verbondenheid waarin het kan floreren.

#metoo Creëert een nieuw gesprek over seksualiteit, macht en grenzen waar vrouwen en mannen deel aan moeten hebben zonder angst of schaamte, zodat we uit kunnen vinden hoe we seksuele wezens kunnen zijn in de nabijheid van machtsverschillen. Dat vraagt ons hart en onze moed. Omdat het romantische verhaal ons niet langer als onze handleiding dient, moeten we samen

"Het postmodernisme heeft seksualiteit gevierd in de hoop onze levenskracht te bevrijden, maar heeft het maar al te vaak ontdaan van elke grotere context van menselijke zingeving, intimiteit en verbondenheid waarin het kan floreren."

een nieuwe visie creëren en koesteren op levens gevuld met intimiteit, liefde en macht.

Het vrouwelijke in opkomst?

Laten we eerst kijken naar de verschuiving waar we middenin zitten, door velen gekarakteriseerd in vrouwelijke bewoordingen: de opkomst van het vrouwelijke principe. Dit nieuwe tijdperk zal door vrouwen geleid worden en bepaald worden door vrouwelijke waarden als voeding, verzorging en relaties, zo wordt verondersteld. Het oude paradigma behoort zo in één klap tot de mannen en het mannelijke. Wat werkelijk bedoeld wordt is dat het modernisme, met de ontwikkeling van rationaliteit, wetenschap, technologie en onze huidige economie bestuurd is door mannen en de waarden die zij verondersteld worden te hebben. Vrouwen waren in het modernisme de hoedsters van huis en haard, de echtgenotes, moeders en consumenten die de familie en de gemeenschap bij elkaar hielden. Vrouwelijke waarden zijn zodoende gevormd door het zorgen. Mannen hadden de macht en die macht drukte het mannelijke principe uit, dat

meestal nauwelijks te onderscheiden is van overheersing. In deze opvatting komen mannen en het mannelijke er niet bijzonder goed vanaf. Terwijl vrouwen als goed worden gezien, als de betere mens.

Het probleem is dat we weer terug zijn bij onze oude handleiding. De rollen in dit drama, het mannelijke en het vrouwelijke, springen rechtstreeks van de bladzijden van ons romantische verhaal. Het imago van vrouwen als goed, puur en vrij van egoïsme is naast gevaarlijke fictie een beschrijving van de onschuldige maar ijverige romantische heldin. Het machtige mannelijke is onze romantische held die ernaar neigt rationeel en machtig te zijn, zowel fysiek als sociaal gesproken. Man en vrouw, het mannelijke en het vrouwelijke, elk van beiden heeft de helft van ons mens zijn: het mannelijke staat voor ambitie, onafhankelijkheid, rationaliteit, creativiteit, impulsiviteit, kracht en actie, terwijl het vrouwelijke staat voor ontvankelijkheid, afhankelijkheid, emotionaliteit, verbondenheid, passiviteit, sereniteit en zorg. Beide sets karakteristieken kunnen zowel in een positief als in een negatief licht gezien worden.

Het onderliggende probleem is dat als wij uitersten omarmen als de natuur van onze mannelijke en onze vrouwelijke identiteit, als wij stellen dat het mannelijke en het vrouwelijke twee uiterste tegengestelden zijn, we het dominante en het ondergeschikte creëren. De laatste eeuwen hebben het idee voortgebracht dat de betere kwaliteiten de mannelijke kwaliteiten zijn. Vrouwen en vrouwelijke kwaliteiten zijn pas recent superieur geworden, na het zien van de destructie

die de moderne wereld veroorzaakt heeft op planeet aarde. Deze superioriteit en dominantie zijn de wortel van het probleem. Misschien is het wel daarom dat op dit moment dit nieuwe leiderschap zo sterk lijkt op de oude mannelijke macht: het heeft nog niet gezorgd voor een proces waarin beide zijden voldoende aan het woord komen.

Voorbij het postmodernisme

De vrouwenbeweging van de jaren zestig begon de handleiding te verscheuren die tot dan toe het leven van vrouwen had bepaald en wees de weg naar een nieuw, postmodern tijdperk van vrijheid. Op dit punt in de tijd geeft een nieuwe beweging onder vrouwen ons de kans om dit project verder te ontwikkelen. Kunnen we het voorbij de plaatsen brengen waar het postmodernisme is blijven steken?

Onze oude handleiding voor voortplanting slaat nergens meer op. Laten we in plaats van te verzinken in een ironie en een cynisme die enkel vijandigheid voortbrengen, de taak op ons nemen om rolmodellen voor een nieuwe cultuur te zijn. Ons werk is nu om samen meer menselijk te worden: om de kwaliteiten van mens zijn te ontwikkelen die tot nog toe niet onze kracht geweest zijn. Hebben we het niet allemaal nodig om sterk en kwetsbaar, actief en receptief, rationeel en emotioneel te zijn en wederzijds afhankelijk? Met een dergelijke aspiratie kunnen we nader tot elkaar komen in wederzijds respect om de stroperige kwesties van macht en seksualiteit al werkend te kraken.

Laten we experimenteren. Wat kan, voorbij het verbond van lust en liefde in



*"Ons werk is nu om
samen meer menselijk
te worden: om de
kwaliteiten van mens
zijn te ontwikkelen die
tot nog toe niet onze
kracht geweest zijn."*

de romantiek, een verenigende kracht zijn tussen vrouwen en mannen (van welke seksuele voorkeur dan ook) die een stabiele context zal blijken te zijn voor het opvoeden van kinderen, de komende generaties? Kunnen we een cocreërend partnerschap ontwikkelen van twee of meer, om elkaar, onze kinderen en ons transformerende werk te ondersteunen? Kunnen we in netwerken en gemeenschappen leven die ons verlevendigen, die bloeien, die overstijgend zijn en tegelijkertijd duurzaam? Onze oude handleiding van romantische liefde hield stand in een sociale en economische orde. Het zal even tijd kosten om een nieuwe orde te ontwikkelen en bouwen. Maar laten we eerst beginnen met onszelf opnieuw uit te vinden als geïntegreerde mensen, die toevallig man of vrouw zijn.

<https://www.psychologytoday.com/blog/experimentations/201707/womens-sexual-pleasure-orgasm-and-touching>

<https://www.livescience.com/36543-sexual-problems-young-men.html>

<https://www.prnewswire.com/news-releases/top-five-warning-signs-of-internet-pornography-addiction-280653822.html>

Dit artikel werd eerder gepubliceerd in Evolve nr 17 en met toestemming overgenomen en vertaald.

Elizabeth Debold komt in september naar Nederland en is gastdocent in de Leergang Gender(r)evolutie.

MEER INFORMATIE



Dr. Elizabeth Debold (USA) is bestseller auteur, ontwikkelings-psycholoog, trainer en spreker. Zij staat de afgelopen dertig jaar bekend als een wereldwijde autoriteit op het gebied van gender en culturele evolutie. Zij is een veelgevraagd expert in de Amerikaanse media en daarbuiten als het gaat over meisjes- of vrouwenontwikkeling en de evolutie van cultuur. Zij verscheen regelmatig bij tv-programma's als "Oprah" en "Good Morning America" en heeft invulling gegeven aan diverse documentaires op het gebied van genderontwikkeling. Zij gaf lezingen in Amerika, Canada en Europa en is ingezet als veelgevraagd adviseur voor non-profitopleidingsinstituten, bedrijfsleven en stichtingen. Haar werk verscheen in academische publicaties en populaire internationale media. Momenteel is zij editor voor een Duits magazine, Evolve, en werkt ze aan haar twee nieuwe boekprojecten.



**SERVANT
LEADERSHIP**
SOLUTIONS

LEERGANG GENDER(R)EVOLUTIE

VOOR KRACHTIG EN GELIJKWAARDIG LEIDERSCHAP
OP BASIS VAN DE PRINCIPES VAN SERVANT-LEADERSHIP

- Intensief leertraject van 5 maanden voor leidinggevend en ondernemers;
- 5 modules van 2 dagen;
- Gericht op het ontwikkelen van krachtig (zelf)leiderschap;
- Bevrijden van persoonlijke en culturele conditioneringen zodat er meer ruimte ontstaat in jouw leiderschap;
- Leer alle ins- & outs van ego-loze communicatie;
- Nieuwe, unieke inzichten op het gebied van gender en gelijkheid in jouw organisatie;
- Kleinschalige groep, individuele coachingsmogelijkheden



MEER INFORMATIE

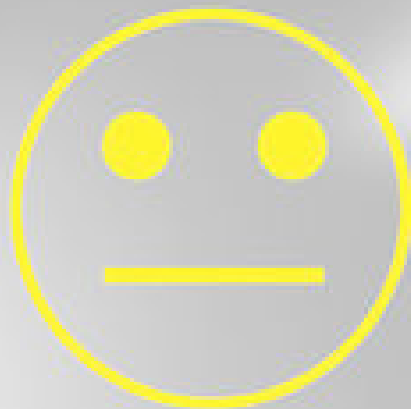


"Een belangrij
advies geeft in
lijkt al snel we

Samaritaan 3.0

Column: Piet Hurkmans

Ik raak in de war van MVO - Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen, het thema van deze editie. Iedere keer als ik erover nadenk, loop ik vast. Waarom is dat, vraag ik me af. Wat ik wél weet is dat ik meestal op mijn hoede ben als er bewegingen, doctrines of organisaties ontstaan die hun bestaansrecht ontlenen aan 'goed doen' voor de mensheid, het milieu, de vrede, de planeet.



organisatie die richting en
hoe je MVO-proof bent,
er op een nieuwe religie"



In een samenleving als de onze, waar welvaart en welzijn floreren, groeit ook de behoefte aan zingeving, aan 'goed doen'. Als burgers van deze maatschappij zitten we dus hoog in de pyramide van Maslow. Daarom stellen wij ook hoge eisen aan de organisaties waar we onze producten of diensten betrekken. Wij verlangen dat zij hun onderneming op een maatschappelijk verantwoorde manier runnen. Voor wat dat 'verantwoord' dan is, zijn criteria zodat we kunnen checken of we goed bezig zijn.

Een belangenorganisatie die richting en advies geeft in hoe je MVO-proof bent, lijkt al snel weer op een nieuwe religie. Kunnen wij eigenlijk wel 'goed doen' uit onszelf, zonder ons te verhouden tot een stroming of een marketingtrend? Dan bedoel ik écht 'goed doen', zonder eigen belang. Voor wie of wat is het goed? Voor onszelf, voor anderen, voor de wereld waarin we leven? Doen we het uit een diep verlangen van betekenis te zijn, hebben



we een slecht geweten, handelen we vanuit schuld of schaamte? Er bestaan theorieën die beweren dat als de mens zou uitsterven, de aarde zou opbloeien en dat als bijvoorbeeld alle insecten uitsterven, het leven op aarde zou instorten.

Ooit had ik als ideaal te werken voor het Wereld Natuur Fonds. Uit het niets kreeg ik daar zowaar een goeie job aangeboden. Dat heb ik 4 jaar lang gedaan. Er gebeurden prachtige dingen daar. Toch raakte ik ook teleurgesteld. Het leek of iedere WNF-er een eigen ideaal had van een betere wereld en dat we elkaar daar niet echt in vonden. Wie het hardste schreeuwde, kreeg de meest aandacht, niet noodzakelijk degenen met de beste ideeën. Het was in mijn ogen meer een marketingorganisatie met een aantal sexy boegbeelden zoals de panda, de olifant, de tijger. Daar trokken donateurs hun portemonnee voor. Niks mis mee. Toch had ik nooit eerder een grotere afstand ervaren tot een betere wereld dan in deze organisatie. Let wel, ik wil niet oordelen over hun goede werk. Het gaat over mij en over hoe lastig ik het vind en vond om 'goed te doen', om een vorm te vinden waarin ik een unieke bijdrage kan leveren ten gunste van andere mensen.

Mijn valkuil is dat ik snel enthousiast ben over projecten en organisaties die in mijn ogen te maken hebben met zingeving. Voor ik het weet, stap ik in zo'n nieuw initiatief en merk dan na een tijdje dat ik in het verhaal van een ander gestapt ben.

Na een tijdje haak ik dan weer af, vertwijfeld en op een of ander manier vervreemd van m'n eigen verhaal. Wat heb ik hier te brengen? Op wat voor manier maak ik mijn bijdrage aan het

systeem waarin ik leef zinvol en van waarde? Ik vind dat ingewikkeld. Daarom vind ik MVO, of wat voor naam je er ook aan geeft, ook ingewikkeld. Het is het verhaal van een ander. Van een overheid, van een instituut, van een organisatie, van de Verenigde Naties. Wat kan ik zelf 'goed doen,' dat houdt mij vooral bezig. Dat dit mogelijk Maatschappelijk Verantwoord is, vind ik minder interessant.

De oorsprong van MVO, of je dat nu als individu of als organisatie doet, ligt diep in ons menselijke systeem. Laten we het onze natuurlijk drang tot filantropie noemen. Onzelfzuchtig zorgen voor het welzijn en de ontwikkeling van de mens, door iets te geven aan iemand of aan een goed doel, zodat de ontvanger kan groeien of verbeteren.

Het woord filantropie komt voor het eerst voor in een gedicht van de Griekse dichter Aischylos (5e eeuw v. Chr.) Daarin wordt verteld over de ontstaansgeschiedenis van de mens. Volgens het verhaal bezat de mens aanvankelijk geen kennis, vaardigheden of overlevingsinstincten. Hij verstopte zich daarom uit angst voortdurend in donkere grotten. Oppergod Zeus beschouwde deze wezens als volkomen nutteloos en was dan ook van plan ze te vernietigen. De mythologische figuur Prometheus verhinderde dat plan. Hij schonk de mens twee dingen: de kennis om vuur te maken en 'blinde hoop,' ofwel optimisme. Door deze twee gaven durfde de mens zijn grot te verlaten en was hij niet langer nutteloos. Volgens de mythe deed Prometheus zijn gift vanuit zijn 'philanthropostropos,' ofwel vanuit zijn 'menslievende karakter.' Zo ontstond later filantropie als een opvoedkundig ideaal. Als de mens zich als individu bleef

ontwikkelen, kon hij die wijsheid en kennis inzetten ter verbetering van de gehele mensheid.

In mij huist al jaren het verlangen om 'goed' te willen doen. Wat ik voor mezelf slecht kan beetpakken is waarom dat zo is. Is dat voor mijn ego, is dat omdat ik werkelijk bij wil en kan dragen aan de levens van anderen en daarmee aan een betere wereld? Of kan het één gewoon niet zonder het ander?

In mijn zoektocht naar 'goed doen' stuitte ik op het werk van de Joodse geleerde Maimonides. In de 12e eeuw ontwikkelde hij de zogenaamde Ladder van Liefdadigheid. Hierin reikt hij 8 niveaus aan waarmee je je als mens de kunst van het geven eigen kan maken. Wellicht helpt het mij en jou als lezer bij vragen als waarom wil ik geven, hoeveel kan ik geven en wanneer heb ik genoeg gegeven? Ik schets even in het kort de 8 treden, van hoog naar laag:

8. Een ander in staat stellen zelfredzaam te zijn (door schenking, lening, partnership, opleiding of een baan)

7. De gever en de ontvanger kennen

elkaar niet

6. De gever kent de ontvanger, maar de ontvanger kent de gever niet.

5. De ontvanger kent de gever, maar de gever kent ontvanger niet.

4. Rechtstreeks geven aan wie het nodig heeft, ongevraagd.

3. Rechtstreeks geven aan wie het nodig heeft, als het je gevraagd wordt.

2. Minder geven dan je zou kunnen, maar bereidwillig.

1. Met tegenzin geven.

Ik denk dat deze negen eeuwen oude liefdadigheidsladder nog altijd zeer actueel is om helder te krijgen waarom, hoeveel en hoe je wil geven. In mijn beleving start het hier. Als je dat voor jezelf helder hebt, kun je er als individu of als leider van een organisatie blind op vertrouwen dat je initiatief gegarandeerd MVO-proof is zonder iets van MVO te weten.

Piet Hurkmans is van huis uit documentairemaker. Hij maakte met name 'human interest' documentaires over drijfveren van mensen in 'binnenwerelden' waar je als buitenstaander niet zo snel komt. Piet werkte de afgelopen jaren als trainer en coach en is o.a. gespecialiseerd in de kracht van verhalen. Hoe verhalen mensen in organisaties kunnen helpen om transformatie en vernieuwing teweeg te brengen. Piet's zienswijze richt zich op wat mensen wél kunnen, op hun talenten en ervaringen. Zijn visie stoelt op het (her)ontdekken en inzetten van het ware potentieel van mensen, door met hen samen hun authentieke verhalen 'op te graven' en nieuwe verhalen te creëren die hen bekrachtigen.





Worldwide education in Health and Wellness

- Leading education in the new sciences of Epigenetics and Glycobiology
- Based on a holistic vision of body, mind & spirit
- How these three areas of focus impact humans by their daily lifestyle choices including food, thoughts, emotions, feelings and spiritual wellbeing
- Ranging from 2 hour classes up to a 6 month course.
- Next course starting September 2018
- Course accreditations: ICF-CCE, MBOG and CMA. KTNO in request
- Four regular classes: Life Style Choices, A Wellness Journey, Consciousness Class, Sugar Code of Life, see calendar: <https://www.awellnessrevolution.net/calender/>



BEN JIJ 50+ ?

ONTDEK JE ESSENTIE
EN VIND ZIN IN JE
WERK & LEVEN

**WORKSHOP ZIN
IN JE WERK &
LEVEN NA JE
50-STE**

**INSPIRATIE
PLEZIER
LEVENSZIN**

MEER INFORMATIE
EN AANMELDEN

2 MEI VAN 13:00- 16:30 UUR | AMSTERDAM

 Be You & Beyond

The Leader Inside

Executive search voor Servant-Leadership

Er zijn al genoeg

Op zoek naar een krachtige, zelfbewuste leider die voor groei en daarmee ook úw organisatie laat opbloeien? The Leader Inside hanteert het principe van Servant-Leadership: verandering en borger van duurzaam resultaat. Kijk, streeft u - net als wij - naar een duurzame, meer betrouwbare leider? Vinden wij voor u de passende authentieke leider?

Innerlijke kracht voor duurzaam resultaat.

MEER OVER THE LEADER INSIDE

ego's.

medewerkers de ruimte geeft
bloeien?

nt-Leadership als aanjager van
kt u verder dan jaarcijfers en
ewuste samenleving? Dan
die zaken in beweging zet.



Inspirerende#vo

Wat maakt jullie locatie uniek?

Seats2meet station Amersfoort is een vernieuwend ontmoetingsconcept waar je terecht kunt om in één van onze inspirerende ruimtes te werken, ontmoeten, presenteren, trainen, brainstormen, vergaderen of bijvoorbeeld coachen.

Wij geloven in toevallige ontmoetingen. Op onze locaties is daarom alles gericht op het laten ontstaan van serendipiteit, een mooi woord voor iets waar je niet naar op zoek was, maar wat 'toevallig' precies nodig is op dat moment om verder te komen.

Centrale ligging

Onze locatie is super centraal gelegen. De twaalf meetingspaces zijn perfect voor een vergadering, een workshop, een training of een groter event. Door onze centrale ligging bieden wij een ideale vergaderplek voor groepen waarvan de deelnemers uit verschillende hoeken van het land komen.

Uniek en eenvoudig boekingssysteem

Je kunt jouw boeking zelf beheren en tot 24 uur van tevoren kosteloos wijzigen en annuleren via het boekingssysteem op www.seats2meet.com. Klanten betalen per 'seat' (in plaats van per zaal), dat scheelt vaak behoorlijk in de kosten. Annuleren of wijzigen van de boeking kan kosteloos tot 24 uur van tevoren. De prijzen voor het huren van een meetingspace zijn dynamisch (afhankelijk van het tijdstip, het aantal mensen en de actuele drukte).

Daarnaast bieden we uiteraard ook een uitgebreid ambachtelijk lunchbuffet, zoete inval, borrel(hapjes) of zelfs een verrassend diner.



Elise de Bres (links) en Tianne van Woudenberg (rechts), eigenaren van Seats2Meet Amersfoort CS

50 werkplekken

Naast onze meetingspaces bieden wij 50 werkplekken voor zzp'ers, bij S2M zp'ers (zelfstandige professionals) genoemd. In deze workspace kunnen ZP'ers of werknomaden werken, elkaar ontmoeten en gebruik maken van gratis wifi, koffie, thee en een lunch. In ruil hiervoor worden deze bezoekers gevraagd hun 'sociaal kapitaal' te delen met andere aanwezigen. Zo ontstaat er een waardenetwerk rondom Seats2meet Amersfoort CS.

vergaderplekken



**Onze redactie gaat op pad en ontdekt een bijzondere
vergaderlocatie in de provincie Utrecht:
Seats2Meet Amersfoort CS**

Kun je iets vertellen over de geschiedenis van de locatie?

Het concept Seats2meet.com bestaat al ruim 10 jaar. Inmiddels zijn er 7 grote vestigingen in NL met samen meer dan 10.000 boekingen per jaar. Mijn compagnon Elise de Bres en ik zijn sinds 2014 eigenaar van Seats2meet Amersfoort CS. Wij geloven in krachten bundelen en in kennisdelen. Alles op onze locaties is gericht op het laten ontstaan van toevallig relevante ontmoetingen die leiden tot nieuwe ideeën, oplossingen en antwoorden. Daarom zoeken we in de regio Amersfoort ook actief naar samenwerkingspartners om nog meer verbindingen te kunnen maken en ons netwerk te laten groeien.

Wie kunnen er bij Seats2meet terecht?

Groepen of individuen die op zoek zijn naar een plek om te werken, te vergaderen, trainingen te geven of bijvoorbeeld een event te organiseren. Onze ruimtes zijn inspirerend en onze service is persoonlijk. Je krijgt bij ons geen koffie 'op zaal' maar je wordt uitgenodigd om vooraf en tijdens pauzes je koffie en thee

bij de centrale koffiepunten te pakken. Hier ontstaan regelmatig mooie, onverwachte, relevante ontmoetingen. Ook kun je inchecken op onze app The Serendipity Machine: een app die helpt om mensen in het netwerk real-time én place-based te koppelen aan elkaar. Niet alleen op locatie dus, maar The Serendipity Machine verbindt je op basis van skills en huidige activiteiten aan mensen wereldwijd die ook zijn ingecheckt en dus open staan voor nieuwe verbindingen!

Hoe werkt de Serendipity App?

Vorige zomer werd de allernieuwste versie gelanceerd van de app (Android en IOS) waar we mega enthousiast over zijn. Met deze super krachtige tool is het nog makkelijker je sociaal kapitaal (kennis en netwerk) te delen én dus de manier om sneller aan relevante verbindingen te komen. Dat is waar we in geloven: verbindingen maken, kennis en netwerken delen en elkaar helpen om verder te komen!





Dat is niet alleen geloven maar ook weten: de Erasmus Universiteit doet al jaren onderzoek naar het effect van serendipiteit op al onze Seats2meet-locaties. Uit onderzoek in 2015 blijkt dat 1 op de 6 bezoekers van Seats2meet, com een nieuwe baan, of betaalde opdracht vindt of zelfs een nieuw bedrijf start. Een fantastisch resultaat, waarmee we volgens ons het UWV overtreffen wat betreft resultaten op het gebied van het creëren van werkgelegenheid.

Dat resultaat kan alleen maar groeien. Nu we ons netwerk ook kunnen verbinden aan mensen die zich buiten onze S2M-locaties bevinden, kan het niet anders dan dat er met The Serendipity Machine nog veel meer banen en klussen gevonden worden én bedrijven worden gestart. Inmiddels zijn er wereldwijd al 220 Serendipity Spots in 23 landen met een potentie van 4,1 miljoen connecties. Seats2meet Amersfoort CS is hiermee niet langer het middelpunt van Nederland, maar van de wereld.

Wat staat er op het verlanglijstje voor de toekomst?

We zien een trend: bedrijven, horeca, scholen, bibliotheken en ziekenhuizen openen hun deuren voor de wereld. Gasten zijn welkom in de centrale ruimtes om daar te werken en elkaar te ontmoeten. De app The Serendipity Machine is dé tool voor deze plekken om ook een 'serendipity spot' te worden. Mensen kunnen de locatie vinden als een place-to-be en de locatie heeft direct een dashboard om te kijken welke mensen (en skills) er in huis zijn. Zeer waardevol, want met de mensen die je plek binnenkomen, komt er ook veel expertise en kennis binnen. Wij helpen locaties in Amersfoort (in de breedste zin van het woord) daarom graag om ook een Serendipity Spot te worden en ook een plaats te worden vol mogelijkheden. Als partijen uit de regio dit lezen en interesse hebben, dan mogen ze contact met me opnemen.

Meer informatie en contact

Het goede voorbeeld van Maatschappelijk Verantw

Daan Fousert



n de leider bij woord Ondernemen (MVO)



Een van de kenmerken van Servant-Leadership is Stewardship (rentmeesterschap): bouwen aan betekenisvolle gemeenschappen en duurzaam investeren in mensen, organisaties, de samenleving en de wereld in de breedste zin van het woord.

Maatschappelijk verantwoord ondernemen is een vorm van ondernemen gericht op economische prestaties (profit), met respect voor de sociale kant (people), binnen de ecologische randvoorwaarden (planet): de zogenaamde triple-P benadering.

MVO is drie dimensionaal:

1. Waarden en normen waar een bedrijf voor staat, veelal omschreven in een gedragscode;

2. Maatschappelijke verantwoordelijkheid van een organisatie: de manier waarop een bedrijf zijn kernactiviteiten uitvoert en verantwoordelijkheid neemt ten aanzien van het milieu en de sociale context;

3. Maatschappelijke betrokkenheid oftewel de wijze waarop en de mate waarin een bedrijf iets teruggeeft aan de maatschappij.

Servant-Leadership is vijf dimensionaal:

1. Gedragsgericht, waarbij een leider zich verantwoordelijk voelt voor het bouwen van een gemeenschap, of deze nu binnen de organisatie of buiten de organisatie ligt maakt voor deze leider geen enkel verschil;

2. Duurzaam investeren in mensen,

omdat de leider beseft dat via de weg van mensen organisaties en gemeenschappen worden gebouwd en succesvol worden gemaakt;

3. Duurzaam investeren in organisaties vanuit de overtuiging dat organisaties (ongeacht of het een economische organisatie is of niet) belangrijk zijn om mensen met elkaar te verbinden en te laten functioneren op vier niveaus: economisch, sociaal, emotioneel en fysiek;

4. Duurzaam investeren in de samenleving omdat een mens alleen mens kan zijn in relatie tot andere mensen en in relatie tot de wereld waarin hij leeft;

5. Aandacht voor de wereld in de breedste zin met alles wat daarop leeft en beweegt, vanuit de gedachte dat we slechts tijdelijke gebruikers zijn en deze wereld beter moeten achterlaten voor hen die na ons komen.

Wat helder wordt uit bovenstaande vergelijking is het feit dat MVO meer 'georganiseerd' en gereguleerd is, terwijl Servant-Leadership veel meer vanuit een intrinsieke motivatie nagestreefd wordt. Een Servant-Leader is per definitie dienend aan datgene wat hij doet en aan diegenen met wie hij werkt en aan de omgeving waarbinnen hij werkt en leeft. Hij werkt aan duurzame relaties tussen mens, organisatie, maatschappij en de wereld. Dat betekent dat hij verder kijkt dan vandaag en op verantwoorde wijze met de omgeving en het milieu omgaat. Hij stelt het beheer boven het bezit, omdat hij zich realiseert dat bezit uiteindelijk uitputting van bronnen impliceert.

uitputting van bronnen impliceert.

Het goede voorbeeld van de leider

Aan de basis van Servant-Leadership ligt het idee dat de mens een sociaal wezen is. Ieder mens is onderdeel van een groter geheel en daarin ligt ook zijn kracht. Samen krijg je niet alleen meer voor elkaar, maar je kunt ook steun, warmte en stimulans ontleen aan die gemeenschap. Daarom zal een servant-leader streven naar saamhorigheid en cohesie. Tevens zal hij oog hebben voor verantwoordelijkheid voor elkaar en voor alles waarbinnen we leven en functioneren en dat ook stimuleren.

Een leidinggevende die oprecht met MVO bezig is, weet dat hij niet alleen in woorden maar vooral in voorbeeldgedrag investeert in mensen, milieu en samenleving."

Ten slotte zal een servant-leader er altijd naar streven het goede voorbeeld te zijn in datgene wat hij uitdraagt. Praten over en verslagen schrijven over maatschappelijk verantwoord ondernemen is relatief makkelijk (zeker met een slimme PR afdeling) en iedere organisatie anno 2018 begrijpt en weet dat MVO op de een of ander manier moet blijken uit de wijze waarop het bedrijf zich uit in de markt. Naleven is moeilijker en daarbij zien we heel vaak weerbarstig gedrag. Een leider die zich stelt boven degene die hij leiding mag geven en voor zichzelf geheel andere normen hanteert dan voor zijn mensen, faalt dus in feite

al op het gebied van 'maatschappelijk verantwoord'. Erger nog is het feit dat het egocentrische en afwijkende gedrag ook nog eens wordt onderbouwd met allerlei excuses en verdedigingen en toch is dat wat we heel vaak zien. Een leidinggevende die oprecht met MVO bezig is, weet dat hij niet alleen in woorden maar vooral in voorbeeldgedrag investeert in mensen, milieu en samenleving. Investeren wil niet alleen zeggen dat je geld steekt in iets dat goed en nastrevenswaardig is. Voorleven wat belangrijk is, zal mensen inspireren tot soortgelijk gedrag. Pas op die manier bouw je aan betekenisvolle gemeenschappen.

Wij zijn het voorbeeld

Het klinkt, als ik het zo beschrijf, alsof het ver van huis is, alsof het onszelf als individu niet aangaat. Zeker als ik over leiders en leidinggevendens spreek. Lees voor die woorden nou eens jezelf tegen de achtergrond van de vraag wat jij zelf kunt doen. Neem dan in gedachten dat rentmeesterschap zich niet alleen richt op het milieu maar ook op de mensen om je heen, op de maatschappij waar je deel van uitmaakt, op de natuur, op duurzaamheid, op andersdenkenden, op alles wat we niet van dichtbij kennen en waar we toch in ruimere zin ook deel van uitmaken.

Afval scheiden en glas naar de glasbak brengen, hoe goed dat ook is, is relatief makkelijk. Moeilijker wordt het op die andere aspecten. Scheiden we onze boze gedachten en meningen al van onze vastgeroeste overtuigingen? Vragen we ons wel eens af hoe onze oordeelsvorming tot stand komt en hoe onzuiver dat soms is? We zijn pas echt sociaal verstandig en omgevingsbewust bezig als we door hebben welk gedrag

bezig als we door hebben welk gedrag passend is bij de mensen met wie we optrekken, bij de samenleving waarin we leven, bij de handeling die we verrichten. Ieder van ons kan daarin het voorbeeld zijn en leven.

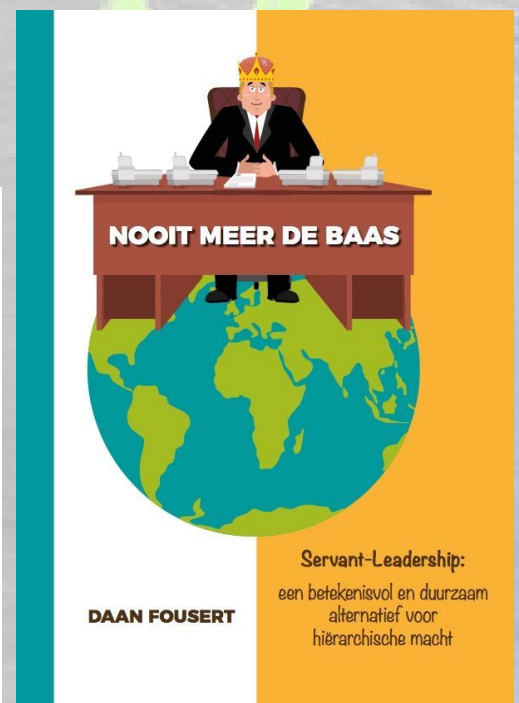
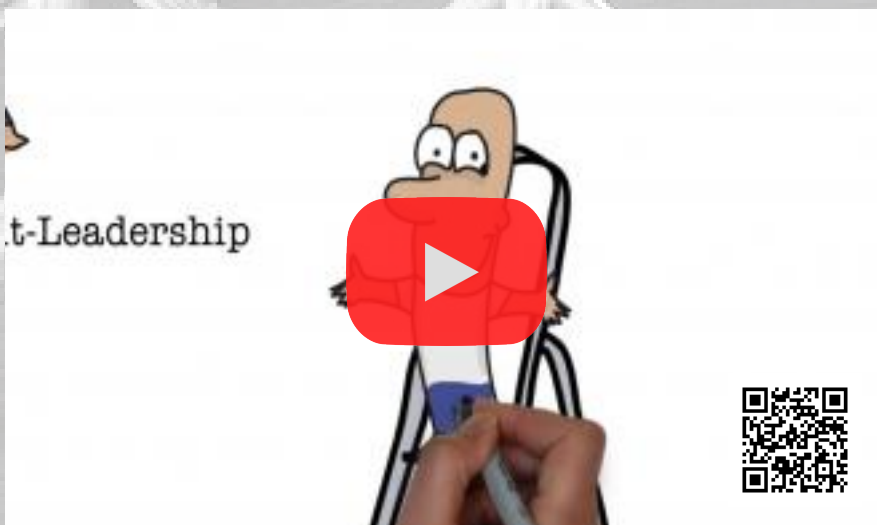
Wees een rentmeester

De wereld, deze maatschappij, het milieu, onze vrede mogen we niet voor lief nemen, maar deze behoeft blijvende aandacht, liefde en zorg. Want als wij het voorbeeld zijn dan helpen we anderen om op dat terrein tot juiste oordeelvorming te komen en last but not least: het valt onszelf ten goede! Al onze daden van rentmeesterschap en MVO, naar mensen, naar onze samenleving, naar onze organisaties, naar deze wereld komt op een hele goed manier weer bij ons terug. Dat heet de wet van de wederkerigheid. Dus: wees een rentmeester, al was het maar voor jezelf. Daarin schuilt de emotionele relevantie van MVO en Servant-Leadership.



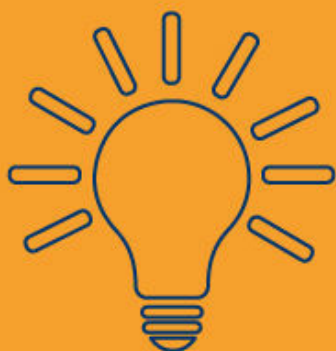
Daan Fousert (1947) is redactielid en auteur voor Pioniers Magazine. In de redactie is 'leiderschap' zijn aandachtsgebied. Daan wordt algemeen beschouwd als de grondlegger van Servant Leadership in Nederland. Hij schreef diverse boeken over Management, Human Resources en Dienend-Leiderschap. Zijn professionele focus is gericht op de volle breedte van leiderschap en de ontwikkeling van mensen. Momenteel is hij algemeen directeur van Servant-Leadership Solutions. Daarnaast is Daan beeldhouwer en auteur van inmiddels al weer 6 romans.

Bestel nu het nieuwste boek "Nooit meer de baas" van Daan Fousert



Verder ontwikkelen als pionier?

Kies dan het pakket dat bij jou past!



Pioniers Masterclass

- Registreer je voor de komende bijeenkomst



Verdiepingspakket

- 4 x per jaar ontvang je ons kwartaalmagazine
 - digitale blikopener
- Toegang tot alle evenementen van het Pioniers Platform met aantrekkelijke kortingen
- 10% korting op alle evenementen van de Pioniers Academy en de Servant-Leadership Business School



Pioniers Plus Pakket

- Verdiepingspakket
- 1 interview "Pionier in the Picture" op de website t.w.v. € 275,-
 - 1x ½ A4 advertentie in het kwartaal magazine t.w.v. € 239,-



Pioniers Partner Pakket

- Pioniers Plus Pakket m.u.v. ½ A4 advertentie
 - A4 advertentie in het kwartaalmagazine t.w.v. € 475,-
 - Weergave van max. 5 evenementen per jaar op onze website en in onze digitale blikopener.
 - Bedrijfslogo op de website

BOEKRECENSIE:

Tijd voor de betekeniseconomie Kaj Morel

Recensent: Annemieke Bervoets

Vlak na de recente economische crisis klonk de roep om een 'nieuwe economie.' Het huidige stelsel van opgeblazen hypotheek en woekerpolygonen bleek niet langer houdbaar. De graaicultuur werd veracht, het vertrouwen in banken verdampde en de economie stond onder zware druk. Toch staat het neoliberalisme of vrijemarktdenken al ruim een halve eeuw eenzaam aan de top als ons dominante economische paradigma. Individuele vrijheid, continue groei en persoonlijk genot staan centraal. Geld is allang geen ruilmiddel meer, maar een doel op zich geworden. Hoewel we langzaam beginnen te geloven dat het anders moet en kan, blijft onze samenleving doordrenkt van het vrijemarktdenken. We willen steeds meer voor minder en we willen voor een dubbeltje op de eerste rij zitten. Hoe heeft het zo ver kunnen komen en wat is het alternatief?

Economie met betekenis als koopwaar
Sociaalpsycholoog Morel verdiept zich in Tijd voor de betekeniseconomie in hoe de samenleving functioneert en welke rol economie daarin speelt. Zijn verbazing over de vanzelfsprekendheid waarmee bepaalde ideeën over onze economie nog altijd klakkeloos worden geaccepteerd als de beste ideeën om onze samenleving vorm te geven, is groot. De uitgangspunten van het vrijemarktkapitalisme zijn, hoewel het ons natuurlijk veel heeft gebracht, ver

over hun houdbaarheidsdatum. Het is volgens Morel dan ook tijd voor een alternatieve economische benadering.

Een economie die vooral gebaseerd is op vertrouwen, gemeenschappelijkheid en elkaar iets gunnen. Een economie met betekenis als koopwaar en als drijvende kracht achter het handelen van bedrijven. Een economie waarin bedrijven streven naar het oplossen van een probleem en het maximaliseren van hun betekenis voor de maatschappij in plaats van winstmaximalisatie als hoogste doel. Deze betekeniseconomie zou de economische ziel en het geweten moeten vormen van de samenleving.

De huidige economische karikatuur

De betekeniseconomie staat haaks op het huidige neoliberalisme. Volgens het neoliberalisme is een dergelijke betekeniseconomie niet eens mogelijk, want mensen zijn hebzuchtige wezens met maar één doel in het leven: zoveel mogelijk geld, macht en geluk vergaren. Door de jaren heen hebben economen de mens tot een karikatuur gemaakt die te allen tijde zou worden gedreven door egoïsme, begeerte en eigenbelang. We zijn gestopt met het uitwisselen van opvattingen over goed of slecht, deugd of ondeugd, wenselijk of onwenselijk, want wat zorgt voor economisch rendement is volgens het vrijemarktdenken automatisch altijd het juiste.

Morel verwerpt deze karikatuur en baant zich een weg door de vragen waarom de economie onze samenleving zo sterk beïnvloedt en hoe de economische benadering van het neoliberalisme onze samenleving heeft gevormd. Hij deelt zowel zijn antwoorden als twijfels, vervolgvragen en overpeinzingen. Zoekend naar een alternatief wordt

Zoekend naar een alternatief wordt duidelijk dat we met z'n allen vooral meer betekenis willen. Morel spreekt de lezer daarom direct aan en roept op om zelf het initiatief te nemen als geïnspireerde burgers voor een nieuw, betekenisvol economisch model.

Zijn oproep valt samen in een tijd waar er ook onder economen meer aandacht komt voor ethiek, normen en waarden. Hierdoor ontstaat er weer ruimte voor vragen als wat er belangrijk is voor een goed functionerende economie en wat voor een samenleving we met elkaar voor ogen hebben. Als we kunnen inzien dat de wereld wezenlijk anders in elkaar steekt dan de karikatuur die we de laatste halve eeuw zijn geworden, ontstaat er ruimte voor een ander economisch model.

Een utopie of slechts een fundamentele verandering?

Laten we niet vergeten dat een omslag naar een economie waarin betekenis centraal staat een enorme verandering vraagt van ons denken en doen. Al snel reist dan de vraag of de betekenis-economie niet alleen een fundamentele verandering vraagt, maar ook of dit überhaupt daadwerkelijk mogelijk is. Trappen we hier in de valkuil van idealisme en utopisme?

Volgens pionier Morel niet. De betekenis-economie is een gefundeerde, alternatieve economische benadering, waar hij zich al sinds 2007 hard voor maakt. Met *Tijd voor de betekenis-economie* bemoedigt hij andere pioniers van de betekenis-economie en maakt een krachtige vuist tegen het dominante vrijemarktkapitalisme.



Tijd voor de betekenis-economie

Kaj Morel

ISBN 978-90-6962-269-9

Uitgever: Stichting Maatschappij en Onderneming (SMO)

14,95

Duurzaam ondernemen is toekomstbestendig ondernemen

Anne Bouk Swildens

De tijd dat een businessplan voor vijf jaar gemaakt werd, ligt ver achter ons. Het is tegenwoordig meer en meer een levend document dat met enige regelmaat, bijna organisch, aangepast wordt aan de veranderende omgeving. Dat vraagt continue alertheid om proactief in te spelen op wat er gaande is in de markt en op wat gaat komen. Denk aan de veranderingen in personeelsbeleid, de wisselingen in de consumentenbehoefte, ontwikkelingen rondom MVO (Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen) of MBO (Maatschappelijk Betrokken Ondernemen) en de veranderende wet- en regelgeving rondom bijvoorbeeld privacy. Afhankelijk van je businesscase, je professie en de branche zijn er verschillende omgevingsfactoren meer of minder evident. Voor iedereen geldt echter: wil je een duurzame onderneming, dan zal je vooruit moeten kijken en zul je daar constant aan moeten werken.

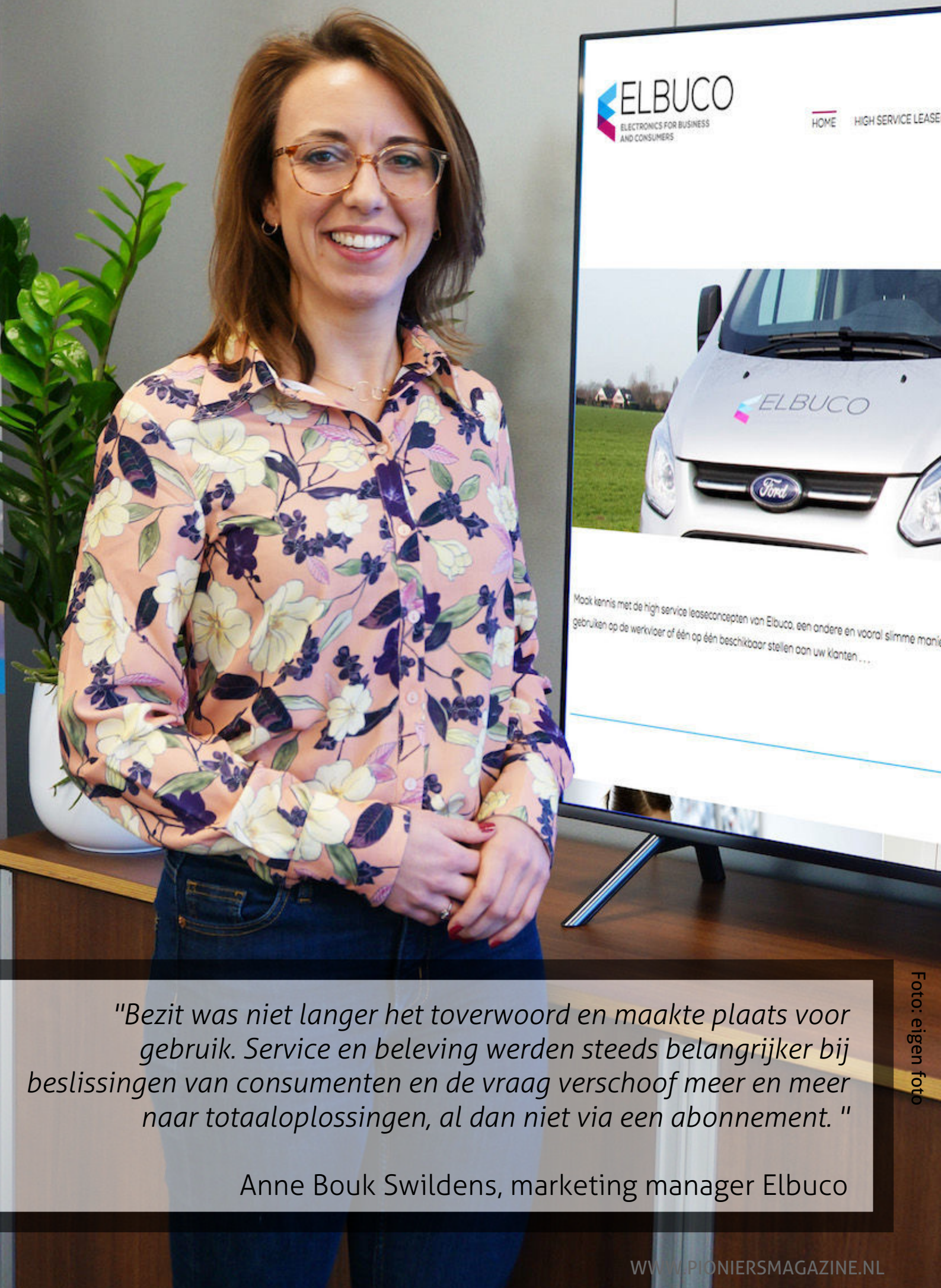
Een oud concept in een nieuw jasje

Bij de service gestuurde lease-organisatie Elbuco zijn ze zich ervan bewust dat je je als organisatie continu moet aanpassen aan de veranderende wereld om ons heen. Belangrijk daarbij is wel dat je focus houdt en authentiek blijft. Wie ben je als organisatie, wat bied je de verschillende stakeholders en wat maakt je uniek?

Tijdens een strategische analyse een jaar of vier geleden werd duidelijk dat het huur-concept dat al meer dan 40 jaar aangeboden werd via hun consumentenmerk Skala voor verschillende doelgroepen steeds interessanter werd. De economische crisis liet in die tijd behoorlijke sporen na in het landschap van de retail. Daarnaast was er een verandering in de consumentenbehoefte waarneembaar. Bezit was niet langer het toverwoord en maakte plaats voor gebruik. Service en beleving werden steeds belangrijker bij beslissingen van consumenten en de vraag verschoof meer en meer naar totaaloplossingen, al dan niet via een abonnement.

Flexibiliteit, aanpassingsvermogen en samenwerking met andere organisaties vergroten de overlevingskans in een roerig economisch landschap. Zodoende heeft Elbuco haar strategie een jaar of vier geleden aangepast om in te spelen op de kansen die zich voordeden.

Van studenten tot ouderen en van ZZP'ers tot starters op de woningmarkt: verschillende doelgroepen betekenen ook meerdere invullingen van de eeuwenoude 4 P's in de marketing. Welke *Producten* en diensten zijn voor welke klantengroepen het meest relevant, via welke *Plaatsen* (webshops en/of fysieke winkels) bereik je de klantgroepen, met welke *Promotionele* middelen enthousiasmeer je de potentiële klanten en tegen welke *Prijs*?



"Bezit was niet langer het toverwoord en maakte plaats voor gebruik. Service en beleving werden steeds belangrijker bij beslissingen van consumenten en de vraag verschoof meer en meer naar totaaloplossingen, al dan niet via een abonnement. "

Anne Bouk Swildens, marketing manager Elbucoco

Foto: eigen foto

De weg naar de markt

De vraag die Elbuco destijds moest beantwoorden, is: "Hoe kunnen we de verschillende markten die we zien zo goed mogelijk bereiken?" Zij geloven dat je als organisatie moet excelleren in waar je goed in bent en vooral geloven in de kracht van samenwerken. Ze hebben de keuze gemaakt om het leaseconcept via strategische partnerships breder in de markt aan te bieden en niet zelf alle verschillende doelgroepen te benaderen. Elbuco is geen marketingorganisatie maar een service gestuurde lease-organisatie. Zij verzorgen het leaseconcept terwijl de partner de weg naar de markt kent. Op die manier blijft Elbuco wie ze is en focust op de core competenties: financiering, debiteurenbeheer, installatie en reparatie van producten, dit allemaal op het niveau van de eindklant.

In feite dankt Elbuco haar ontstaan aan het aanbieden van het leaseconcept via verschillende partners, voor verschillende doelgroepen en bij verschillende producten. Het bestaande concept kreeg een nieuw jasje: van een huurovereenkomst naar high service leasen. Dat houdt in dat Elbuco eigenaar blijft van de producten, deze bezorgt bij de eindklanten, installeert en onderhoudt en na afloop van de contractduur weer op komt halen. Waar van origine elektronische producten aangeboden werden, is het nu dus ook mogelijk een e-bike of boxspring te leasen. In de kern is Elbuco gebleven wat het altijd al was. De duurzaamheid van Elbuco zit in het feit dat het bedrijf de eigen afkomst niet verloochent maar wel de mogelijkheden vergroot en

flexibiliteit toont in een veranderende omgeving. Ondanks de crisis is het bedrijf gegroeid en deze groei zet naar verwachting de komende jaren door.

Van een verlengde lineaire keten naar een circulair model

Deze manier van consumeren is nog niet mainstream te noemen. Uit recent onderzoek van ABN AMRO is af te leiden dat dertien procent van de ruim veertienhonderd ondervraagden bereid is om producten te leasen. Er is dus nog veel meer ruimte. Waar 4 jaar geleden de trend van bezit naar gebruik nog uitgelegd moest worden, ondervindt Elbuco nu dat ze door partners benaderd worden voor samenwerking. Ook is de orderinstroom van eindklanten in de afgelopen twee jaar verdubbeld. Elbuco merkt dat ook de klant bewuster en duurzamer wordt. De massaconsumptie, steeds maar meer kopen, is aan het kantelen. Het gaat steeds minder om het product maar meer om de oplossing die het product biedt.

De eindgebruiker wil niet per se een wasmachine maar schone was. Daar hoort dan niet alleen de wasmachine bij, ook het water, de energie en het wasmiddel. Waarom moet een klant dit bij individuele merken afnemen wanneer je ook een alles-in-1-abonnement kan afsluiten? Datzelfde geldt voor een fiets. De vraag verschuift van een fiets naar een mobiliteitsoplossing. Met product-as-a-service gaat het niet meer om hoeveel producten je verkoopt, maar om de klantenbinding en om wat je vervolgens doet met het product dat bij je terugkomt na de leaseperiode. De berg aan e-waste, elektronisch afval, groeit.



Foto: eigen foto

"De eindgebruiker wil niet per se een wasmachine maar schone was. Daar hoort dan niet alleen de wasmachine bij, ook het water, de energie en het wasmiddel. Waarom moet een klant dit bij individuele merken afnemen wanneer je ook een alles-in-1-abonnement kan afsluiten?"

aan e-waste, elektronisch afval, groeit. Dit type afval bevat relatief kostbare grondstoffen, is lastig te recyclen en bestaat uit producten die veelal worden gedreven door technologische ontwikkelingen. We kopen ieder jaar een nieuwe smartphone vanwege de technologische ontwikkelingen, niet omdat de smartphone niet meer functioneert. Daarmee ligt in ons huidige consumptiepatroon schaarste van grondstoffen op de loer.

ElbucO verlegt de lineaire keten naar een circulaire door het product-as-a-service concept. Een klant leest een product voor een bepaalde tijd. Gedurende die periode worden de

producten onderhouden, wat ten goede komt aan de levensduur. Aan het einde van de gebruiksperiode komt dit product terug bij ElbucO. De technische dienst refurbished producten die nog goed mee kunnen, en daarna gaan deze de lease-markt weer op. Daarmee wordt de levensduur van een product verlengd. Als de kwaliteit van het product niet meer te garanderen is, worden de producten gerecycled door WeCycle. ElbucO realiseert zich dat deze aanpak voornamelijk nog het verlengen van de lineaire keten betreft. Om echt grote stappen te zetten naar de circulaire economie zal de hele keten de urgentie hiertoe moeten zien.

Waardebehoud van grondstoffen en materialen

In dit economisch model blijven grondstoffen, materialen en producten hun waarde behouden, omdat zij opnieuw in de keten worden ingezet na het einde van de 'levensduur'. Levensduur wordt hiermee een duurzaam begrip. De herbruikbaarheid van producten en materialen staat centraal.

Hier ligt nog een grote uitdaging voor producenten om bij het ontwerp van de producten rekening te houden met het na de levensduur makkelijk kunnen demonteren. Omdat Elbucó in de keten

de eigenaar blijft van de producten, vormen zij een zogenaamde hub, een centrale basis, waar producten weer terug komen. Elbucó is geen producent maar wel een schakel in de keten. Zij laten dus het demonteren van een product en het opnieuw inzetten van de grondstoffen aan andere partijen over.

De duurzaamheid van Elbucó manifesteert zich in de samenwerking met diverse partijen en de stimulans van hergebruik van grondstoffen en materialen.

Meer informatie:
www.elbucó.nl

Anne Bouk Swildens is als marketing manager al vijf jaar verantwoordelijk voor het high service leaseconcept dat Elbucó zowel via eigen labels als via partners in de markt zet.

Na het afronden van het HBO Reclame en Marketing behaalde ze aan de universiteit een bachelor Communication Science en een Research Master op het gebied van Persuasive Marketing.

Bij Elbucó houdt zij zich vooral bezig met het bekijken van nieuwe ontwikkelingen in de markt en met het daar actief op anticiperen. Daarbij is haar doel altijd services en verwachtingen te overtreffen.



AFRIKA SAFARI EXPEDITIE

van 11 t/m 19 januari 2019

KENYA, MASAI MARA

Leer jezelf kennen door de kracht van de oer-omgeving, een reis voor (top)leiders!



- * VOOR LEIDERS DIE DE REGIE OVER HUN EIGEN LEVEN WEER IN HANDEN WILLEN NEMEN;
- * LEIDERSCHAPSONTWIKKELING TUSSEN DE BIG 5!;
- * PROFESSIONELE BEGELEIDING

MEER INFORMATIE



Quaning, werken vanuit je zijnsintentie in een

Stel je eens voor wat het resultaat is als alle medewerkers binnen een organisatie zuiver in verbinding zijn met hun zijnsintentie, en dat zij dan volledig bijdragen aan de bedrijfsintentie. Dan heb je een schitterende organisatie, met blije, intrinsiek gemotiveerde medewerkers, klanten en leiding. Voorwaarde is wel dat elk mens, elke medewerker, weet wat zijn zijnsintentie is en dat hij dat in werk manifesteert.

Helma Lieberwerth ontwikkelde de methodiek Quaning om de zijnsintentie van mensen bloot te leggen met behulp van de uitgangspunten van kwantummechanica en algoritmen.

Daan Fousert (red.) ging bij haar langs om meer te weten te komen over dit onderwerp.

Auteur:

Ingrid Aarsman is expert op het gebied van persoonlijk leiderschap in organisaties. Zij faciliteert mensen om zich werkelijk te kunnen uitdrukken. Quaning speelt daarbij een belangrijke rol.

Het was meer dan een goed plan van Helma Lieberwerth om mij eind januari uit te nodigen voor een presentatie over de begeleidingsmethodiek Quaning (spreek uit kwónning). De naam zei mij niets en ik had er geen beleving bij. Maar de subtitel maakte mij nieuwsgierig: werken vanuit je zijnsintentie in een 'hypergeconnecte' wereld.

Die 'hypergeconnecte' wereld, daar begint Helma haar presentatie mee. Ze vertelt over de vele veranderingen in de arbeidsmarkt die elkaar in snel tempo opvolgen. Met name door technologische ontwikkelingen. Ze benadrukt hoe de uitvoering van werk steeds meer vanuit het individu georganiseerd wordt, in verschillende samenwerkingsvormen. Het zorgt ervoor dat mensen veel meer hun eigen verantwoordelijkheid te nemen hebben als het gaat om effectief en met zingeving (blijven) werken. Je neemt jezelf altijd en overal gewoon mee. Veel mensen zijn op zoek naar wie zij zijn en waarom ze op de wereld zijn. Daar heeft Helma met Quaning een uitgesproken en effectief antwoord op, hoewel haar pionierswerk vanuit een ander startpunt begon (Daan Fousert).

Duurzaam

Helma's reis begint circa 10 jaar geleden en als zij nu terugkijkt op haar pionierschap, dan heeft die reis drie stadia. "Dit is begonnen vanuit mijn rol als coach en trainer en als begeleider van coaches, trainers en consultants. Ik merkte dat ik mooie resultaten boekte in de ontwikkeling van mensen en teams, maar als ik na enige tijd terugkwam in de organisatie, dan was het effect verminderd. Ik had een groot verlangen om dat effect er duurzaam te laten zijn en ook om het sneller te realiseren. Het moest mogelijk zijn dat

wat organisaties en mensen investeerden aan tijd, geld en energie in persoonlijke ontwikkeling blijvend rendement op zou leveren. Ik deed onderzoek naar een vorm van begeleiding die daar het antwoord op zou zijn", aldus Helma.

Software

Zo'n 20 jaar geleden was Helma werkzaam bij Digital Equipment in een marketing-en communicatiefunctie. Het Amerikaanse bedrijf was één van de eerste (internationale) IT-organisaties. Naast haar werk startte zij een praktijk voor coaching. Met haar talent om te zien dat er veel meer van invloed is op mensen dan we over het algemeen met ons blote oog kunnen zien, wilde ze mensen helpen.

"Het moest mogelijk zijn dat wat organisaties en mensen investeerden aan tijd, geld en energie in persoonlijke ontwikkeling blijvend rendement op zou leveren."

In de pioniersfase op weg naar een nieuwe methodiek was de vraag die zij zichzelf stelde: "Hoe kan ik die onzichtbare wereld zichtbaar en toegankelijk maken voor iedereen?" Omdat ze geloofde dat daar de oplossing lag om verandering duurzaam te laten zijn. Toen ze in 2008 haar onderzoek startte, ontdekte ze in een andere branche een softwaretoepassing die werkte met een algoritme. Helma



wist direct diep van binnen dat een dergelijke software, met een andere database, de oplossing zou brengen voor het duurzaam bereiken van werkgerelateerde doelen. Daar heeft zij haar diepgaande onderzoek in die jaren op gericht. Ze ontwikkelde in samenwerking met een groep van 40 experts een database waardoor de software met het algoritme in de zakelijke omgeving ingezet kan worden en ze ontwikkelde een methodiek waardoor die software optimaal rendement oplevert bij coaching en consulting.

Zingeving

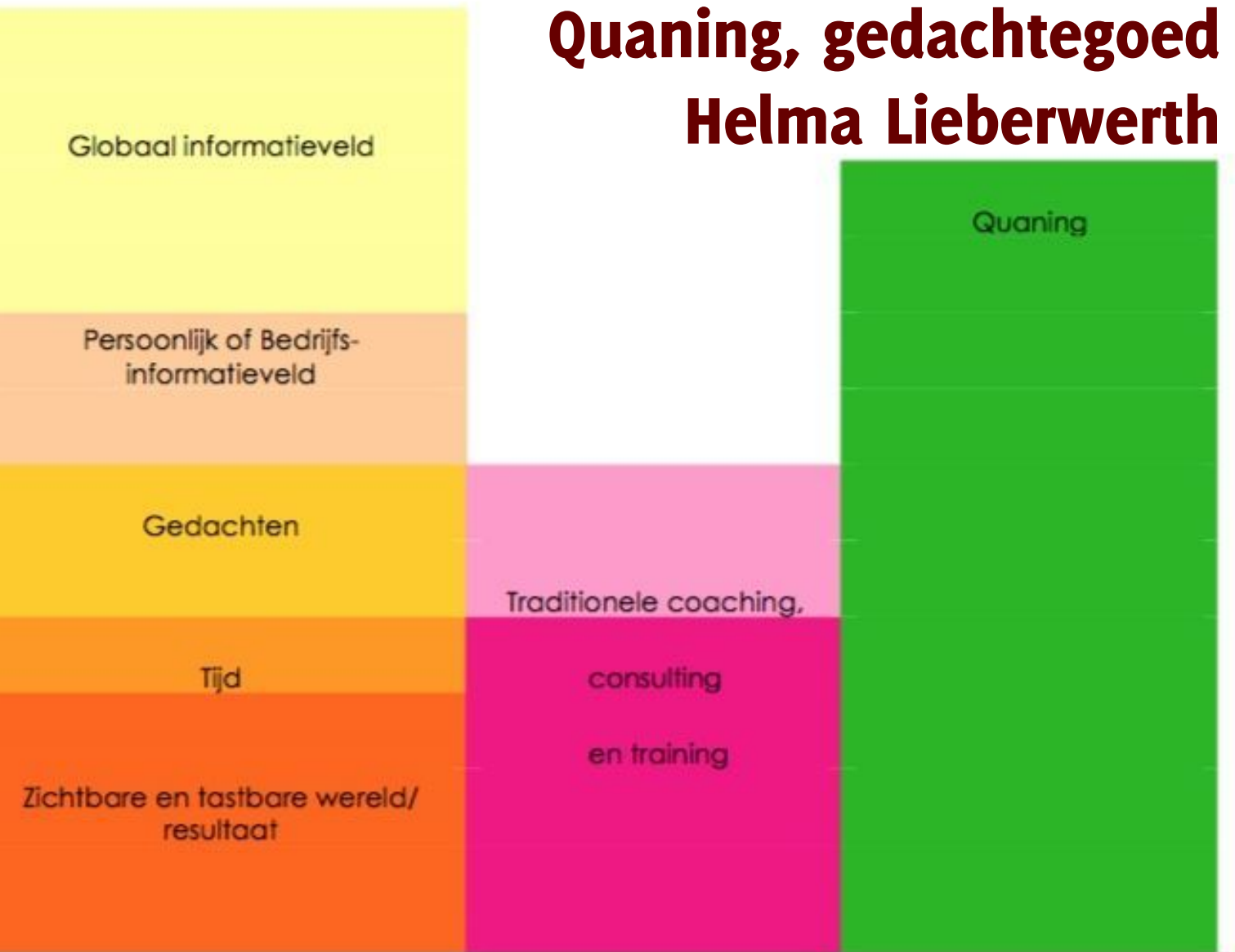
Er volgde een derde stadium. Ik schreef het aan het begin van dit artikel al: veel mensen zijn op zoek naar zingeving, naar wat zij komen brengen. Helma vertelt: "Met mijn onderzoek ontwikkelde ik een steeds duidelijker antwoord op de vraag: wat kom 'ik' de wereld brengen? Het werd voor mij steeds duidelijker dat ieder mens iets unieks bij te dragen heeft ten gunste van anderen en zichzelf. Ik bedacht daarvoor het begrip 'zijnsintentie'. Ieder mens krijgt bij zijn geboorte een lichaam mee dat past bij het manifesteren van zijn eigen, unieke zijnsintentie en heeft talenten die hij of zij direct vanaf het allereerste begin direct inzet. Al in de eerste 10 jaar van zijn leven ziet, hoort en ervaart de mens dingen die hem voorbereiden op dat wat hij te brengen heeft. In die eerste 10 levensjaren doorloopt hij als het ware een levensschool met een specifiek op hem afgestemd vakkenpakket. "

Als je naar die eerste 10 jaar kijkt dan kun je al een rode draad ontdekken in wat iemands zijnsintentie is. Wat er op abstract niveau op te maken valt uit wat en hoe iemand speelt. Hoe iemand zich



verhoudt ten opzichte van anderen en welke specifieke ervaringen hij benoemt die hem zijn bijgebleven. Ook haal je informatie over het wel of niet vanuit je zijnsintentie leven en werken door te snappen welke signalen het leven ons geeft. Na onze eerste 10 jaar worden we steeds weer gespiegeld of we volledig of gedeeltelijk vanuit onze zijnsintentie leven en werken, door verschillende signalen die we krijgen. Voel je je bijvoorbeeld boos, chagrijnig of gefrustreerd, kijk dan eens naar het verlangen dat daaronder zit en geef daar invulling aan. Als iets heel stroperig verloopt, past het dan wel bij je of moet er iets in jou veranderen zodat er wel flow ontstaat? Als je maar blijft twijfelen over iets, wat houdt je

Quaning, gedachtegoed Helma Lieberwerth



dan tegen om een keuze te maken?
"Als je werkt vanuit je zijnsintentie dan ervaar je flow, verdwijnt de tijd als het ware, krijg je energie van wat je doet en kun je nauwelijks stoppen met waar je mee bezig bent. Er komen allerlei schijnbare toevalligheden op je pad. Je weet innerlijk zeker wat je te doen hebt," aldus Helma.

Zijnsintentie

Helma vertelt het boeiend en je kunt niet anders dan blij worden van haar verhaal en specifiek van het begrip zijnsintentie. Ik merk dat bij mijzelf en ook bij de anderen die met mij deze presentatie bijwonen. We worden nieuwsgierig, willen eigenlijk gelijk

tm Level Five Quaning www.levelfivequaning.com, maart 2018

onze eigen zijnsintentie kennen. Om de zijnsintentie te illustreren, neemt Helma ons mee naar de eerste tien jaar van haar eigen leven. Ze geeft eerst een voorbeeld van de omgeving waarin zij is geboren en wat zij daar specifiek in gezien, gehoord en ervaren heeft. "Ik kom uit een gezin van 5 kinderen en ben een nakomertje. Er waren al zoveel kinderen die alles al hadden uitgevonden. Daar had ik mijn plek in te vinden. Het leerde mij dat ieder mens anders is en weer iets anders bijdraagt. Het heeft mij uitgenodigd om iets vernieuwends te brengen, ook al zijn er al zoveel initiatieven, producten of diensten in een specifieke markt. Dat



diensten in een specifieke markt. Dat drukt mijn zijsintentie ook uit. Ik kom naar de wereld brengen dat je er mag zijn, helemaal vanuit wie je bedoeld bent te zijn. Dat grote gezin met zoveel mensen heeft mij optimaal voorbereid om in een overvolle coachingsmarkt een nieuw product en zienswijze te brengen. Allemaal om iedereen te laten zijn wie hij is."

Daarna geeft Helma een voorbeeld van twee van haar talenten die ervoor zorgen dat zij haar zijsintentie kan manifesteren. "Ik was als kind in alle spelletjes die ik deed altijd aan het onderzoeken hoe dingen sneller en beter konden. Ik trainde net zo lang door tot ik de meest efficiënte vorm in bijvoorbeeld het kunstschaatsen of badminton gevonden had. Dat talent voor onderzoeken en voor het verbeteren van processen, heb ik later ingezet om een begeleidingsmethodiek te ontwikkelen die snel en efficiënt is."

Theorie

Na haar uitleg over wat een zijsintentie is, licht Helma een stuk extra theorie toe. Het gaat over het model van de Duitse theoretisch natuurkundige Burkhard Heim: de 12 dimensies. "Ik gebruik dit model als basis voor de uitleg van mijn gedachtegoed. Alle informatie over iemands zijsintentie, het verlangen om die te manifesteren en alles wat een mens daaromheen ziet, hoort en ervaart, is en wordt opgeslagen in zijn persoonlijk informatieveld. In het model van Heim zijn dit de 7de en 8ste dimensies. Deze informatie vormt de bron voor onze gedachten, die vervolgens weer de bron vormt voor ons handelen en onze resultaten in het hier en nu. We baseren onze manier van leven en omgaan met situaties op de

informatie in ons persoonlijk informatieveld. Die hebben we als veilig en vertrouwd geclassificeerd. Alles wat we meemaken, leggen we langs die lat. Op basis daarvan maken we keuzes. Je zou dat ook je leefmechanisme kunnen noemen. Het houdt ons graag in het oude vertrouwde."

"Mijn talent voor onderzoeken en voor het verbeteren van processen, heb ik later ingezet om een begeleidingsmethodiek te ontwikkelen die snel en efficiënt is."

Quaning

"Quaning levert duurzaam resultaat op doordat er op een heel specifieke manier omgegaan wordt met het leefmechanisme. Vanaf het allereerste contact spelen veiligheid en commitment een grote rol. Een andere, bepalende factor voor duurzaam resultaat ligt in het gebruik van de software, die ervoor zorgt dat er direct in het persoonlijk informatieveld informatie wordt veranderd. Zo is er gelijk een andere bron die de gedachten voedt en daarmee gedrag en resultaat bepaalt.

Hoe zuiverder de informatie in het persoonlijk informatieveld in lijn is met iemands zijsintentie, hoe groter de elektromagnetische aantrekkingskracht is. Dan komt er flow, ontstaat er synchroniciteit." Inmiddels is de Quaning-methodiek erkend door het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid als een methodiek die duurzaam resultaat oplevert.

Samenwerken

Na jaren met mensen te hebben gewerkt staat Helma's gedachtegoed en de Quaning-begeleidingsmethodiek als een huis. De propositie die Helma na de pioniersstadia ontwikkelde, is onderscheidend in de begeleidingsmarkt: begeleiding tegen een vaste prijs en in maximaal 7 weken is het doel bereikt, met duurzaam resultaat, inclusief resultaatgarantie. Nadat Helma de waarde van het gedachtegoed en de methodiek had staan, zette haar man Fred Lentz haar op scherp. Hij stelde: "Als je de wereld wilt veranderen, dan moet je dat samen met anderen gaan doen." Ze zetten samen een organisatie op om begeleiders op te leiden om Helma's gedachtegoed en de Quaning-methodiek ook te gaan gebruiken. Intussen is er een community van Quaners die, ieder vanuit hun eigen zijnsintentie, een markt bedient. In feite hebben ze hun eigen niche binnen de community. Het concept sluit aan op de tijdsgeest waarin mensen samenwerken vanuit wat ze individueel te brengen hebben.

Helma's drive om te doen wat zij doet, komt voort uit het verlangen om haar zijnsintentie volledig te manifesteren. Nu we haar zijnsintentie kennen en iets van haar levensschool gehoord hebben, snappen we dat ze helemaal blij wordt van pionieren, van vernieuwen en van verbeteren. Dat geldt ook voor andere pioniers, die allemaal op hun eigen gebied gedreven worden vanuit hun verlangen om hun zijnsintentie te manifesteren, om vernieuwing te brengen op hun gebied. Daarmee kunnen we ook stellen dat zowel Helma als alle andere pioniers vast ook het talent 'lef' hebben meegekregen om anders te durven zijn en die

vernieuwing te brengen.

"Door het programma ervoer de directeur balans tussen de energie die ze gaf aan haar werk en aan haar privéleven, had zij focus en versterkte zij haar leiderschap door haar eigen talenten in de organisatie in te zetten."

Resultaat

Om de resultaten van de Quaning-methodiek concreter te maken, geeft Helma een aantal voorbeelden. Haar collega-Quaner van het eerste uur, Ingrid Aarsman, begeleidde een directeur. Door het programma ervoer de directeur balans tussen de energie die ze gaf aan haar werk en aan haar privéleven, had zij focus en versterkte zij haar leiderschap door haar eigen talenten in de organisatie in te zetten. Dat had een aantal maanden later als resultaat dat zij haar begroting afsloot met 10% groei in plaats van het verlies waar ze een paar maanden daarvoor nog op rekende. Zij schreef die groei zelf toe aan haar ontwikkeling door de begeleiding. Een prachtig voorbeeld dat laat zien wat leiderschap vanuit het Quaning-gedachtegoed voor impact heeft. Zoals de directeur zelf aangaf: ze kan echt het verschil kan maken voor haar doelgroep.

Een ander voorbeeld is een professional die Helma heeft begeleid om zijn zijnsintentie te kennen en om daarvan uit te gaan werken. Hij had een baan als

zijnsintentie te kennen en om daarvan uit te gaan werken. Hij had een baan als accountant, werkte vaak alleen en was verdiept in cijfers. Hij voelde zich met de week vermoeider en uitgebluster.

Door de bespreking van de zijnsintentie opdracht tijdens het program werd zijn zijnsintentie verwoord als 'samen.'

Opeens werd hem duidelijk dat hij privé altijd al van alles organiseert. Dat is wat hij het liefste doet: mensen samenbrengen zodat zij goede gesprekken kunnen hebben, echt met elkaar kunnen zijn. In zijn huidige werk deed hij daar niets mee. Nu snapt hij ook waarom dit zo belangrijk voor hem is en dat hij in de kleinste details in zijn leven terugziet dat hij blij wordt van dingen of mensen samen brengen. Dat alles uit twee of meer moet bestaan, zelfs als hij iets lekkers bij de supermarkt koopt. De uitwerking van de zijnsintentie opdracht levert hem één A4'tje op met wat hij komt brengen, hoe hij naar de wereld kijkt vanuit zijn zijnsintentie, wat hij al deed en verder gaat doen om zijn zijnsintentie te manifesteren. In de tussentijd gebeurde er al van alles waardoor hij steeds meer de mogelijkheid had om mensen 'samen' te brengen. Zijn volgende stap was zijn baan opzeggen en zelfstandig aan de slag gaan om in zijn eigen horecabedrijf mensen samen te laten zijn. Iets waar hij ontzettend blij van wordt en waar hij energie van krijgt.

Inspiratie

Helma is een warme persoonlijkheid die, als ze eenmaal over haar gedachtegoed begint te praten, heel intens en met verve vertelt. In het e-book 'Jouw unieke bijdrage' en in het whitepaper 'Quaning' kun je verder lezen over Helma's gedachtegoed en de

methodiek in relatie tot de tijdsgeest. Ze zijn aan te vragen op Helma's website. Het bijwonen van een kennismakingsbijeenkomst beveel ik je van harte aan. Om te ontdekken wat Quaning voor jou zou kunnen betekenen en vooral ook om je te laten inspireren door haar pionierende reis.

www.helmalieberwerth.nl



Verantwoording afleggen of verantwoordelijkheid nemen?

Bij het lezen van de afkorting MVO weet vrijwel iedereen die de laatste jaren af en toe de actualiteit heeft gevolgd, dat we daar Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen mee bedoelen. Er is vrijwel geen bedrijf meer te vinden dat in de missie, de visie en het bedrijfsplan niet op één of andere manier aandacht besteed aan MVO, of aan variaties op dit thema als Duurzaamheid en Social Return, om dit nawoord meteen maar wat breder te trekken dan alleen MVO. Er zijn bedrijven waar werknemers een deel van hun werktijd mogen besteden aan vrijwilligerswerk. Ook in het onderwijs dringen deze begrippen door, al is de maatschappelijke stage alweer afgeschaft. Tegenwoordig volstaat een werkweek op de Veluwe niet meer: twee weken Afrika lijkt de nieuwe norm te worden.

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen en aanverwante thema's zijn hot, hip en, begrijp me goed, gelukkig ook happening. Dat hot en hip zit me af en toe dwars, net zoals de vraag hoe het komt en wat het betekent dat we een begrip massaal herkennen aan een afkorting van drie letters. Ik herken veel van wat Piet Hurkmans zich in zijn column afvraagt. Wat is nou precies MVO, of sociaal, of duurzaam? Een bekende cabaretière zei over de poster van Neerlands maatschappelijk verantwoord met daarop twee zoenende mannen: "Het is fantastisch dat de bedenkers ons confronteren, het is godgeklagd dat er om dat beeld bushokjes gesloopt

worden, maar pas op: die maatschappelijk verantwoord wil vooral pakken verkopen." Ik vrees dat dit ook vaak opgaat voor initiatieven die vallen onder MVO, duurzaamheid en social return.

Van begrip naar beleid

Het moment waarop een begrip een afkorting wordt, is niet zelden het moment waarop het onderwerp geworden is van overheidsbeleid, met subsidies en aanbestedingen. Langzaam maar zeker begint het dan vaak op de eerste plaats weer om die subsidies te gaan en om het zo goedkoop mogelijk inkopen van diensten waarbij we uiteindelijk met een uit de hand gelopen begroting blijven zitten en onze wroeging wegdrinken met een kopje duurzame koffie uit de kantine. Wat er nou precies zo duurzaam, sociaal of maatschappelijk verantwoord was aan de hele onderneming, laat staan hoe wij als medewerker zelf bij zouden kunnen dragen aan die belangrijke thema's, weet uiteindelijk haast niemand meer.

Natuurlijk is het goed om je één keer in je leven iets langer en meer diepgravend te verdiepen in de armoede in de wereld dan voor de duur van een inzameling. Toch weet ik niet altijd zo goed wat ze in een township precies hebben aan een bus vol pubers die na een week weer weg zijn, waarna de uitgedeelde pennen na vijf maanden leeg zijn en de verf na een jaar weer van de muren bladdert. Ik weet al helemaal niet hoe ik aan de bijstandsouder van die ene klasgenoot die van een paar tientjes per week rond moet komen, uit zou moeten leggen dat dit een fundamentele, verplichte ervaring voor dit kind is waarvoor de broekriem maar even moet worden aangehaald.

even moet worden aangehaald.

Van waarde naar waarden

Misschien speelt er rond deze thematiek iets soortgelijks als wat Elizabeth Debold in dit Magazine beschrijft rond de man-vrouw polariteit. Onze oude handleiding van wat het betekent onderdeel te zijn van een maatschappij die zich pas 50 jaar geleden nog slechts tot het eigen dorp beperkte, maar die vandaag de dag de hele wereld bestrijkt, is in rap tempo achterhaald geraakt. Gelukkig wordt er hard gewerkt aan nieuwe, passende vormen van in de maatschappij staan. De vraag is wel of we die niet nog steeds bouwen op oude, niet meer werkzame normen en waarden en ook welke waarden dan leidend zijn: subsidie, beleid, verplichting?

"Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen en aanverwante thema's zijn hot, hip en, begrijp me goed, gelukkig ook happening"

Dat zijn goede prikkels, maar zodra die prikkel verdwijnt (omdat het voor de overheid te duur wordt), blijkt de verandering vaak niet door te zetten. Wat drijft ons intrinsiek, wie willen we zijn, wat kunnen we betekenen voor elkaar? Wat is daarin reëel en haalbaar?

Wat precies betekenen MVO, duurzaamheid en sociale aspecten voor



Marjolijn Tijsmans, editor

ons, wat kunnen we daar zelf aan bijdragen en wat levert het ons meer op dan een subsidie (waar we ook niet altijd veel van merken)?

Ziehier het belang van de pionier: laten we in gesprek blijven met die mensen die aan de wieg staan van verandering en vernieuwing, niet omdat het moet maar omdat ze dat willen. Laten we onze blik richten op wat we hier, nu en ter plekke kunnen doen. Laten we blijven onderzoeken wat onze waarden zijn. Uiteindelijk zal blijken hoeveel dat waard is en die waarde is vermoedelijk niet in geld uit te drukken. Misschien is de grote vraag wel wat dat "verantwoord" in MVO betekent. Betekent het dat we verantwoording af moeten leggen (aan een subsidieverlener) of betekent het dat we onze verantwoordelijkheid willen nemen om goed voor onszelf, elkaar en de planeet te zorgen?

Colofon

Pioniers Magazine is een digitaal magazine voor hoogopgeleide, pioniers die idealen hebben voor een betere wereld en hier actief vorm aan geven. Wij faciliteren positieve, evolutionaire verandering in en tussen deze pioniers waardoor hun potentieel een katalysator wordt voor maatschappelijke vooruitgang.

Pioniers Magazine is een uitgave © 2015-2018 van Decide2develop.

Redactieadres: Waterkers 36, 7443 LM, Nijverdal

Mail: redactie@pioniersmagazine.nl

Website: www.pioniersmagazine.nl

Redactie:

Hoofdredacteur: Carla de Ruiter

Vormgeving en creatief ontwerp: Carla de Ruiter

Editing: Marjolijn Tijsmans

Vertaling: Marjolijn Tijsmans

Desirée Paalvast, redacteur algemeen

Daan Fousert, redacteur nieuw leiderschap

Auteurs in deze uitgave:

Daan Fousert

Piet Hurkmans

Carla de Ruiter

Marjolijn Tijsmans

Erica Pierik

Anne Bouk Swilders

Ingrid Aarsman

Elizabeth Debold

Desirée Paalvast

Annemieke Bervoets

Met speciale dank aan:

Servant-Leadership Solutions

Piet Hurkmans, the Needs

a Wellness Revolution

Kaj Morel

Daan Bleichrodt (IVN)

Cathelijne Lania, a beautiful story

Seats2meet Amersfoort CS

Helma Lieberwerth

Fotografie:

Mirande Phernambucq

Selwin Kaaijk

Rajendra Kuma Shakya

Sevilay Maria van Dors

Mariel Kolnschot

Photobyclaes.nl

Ruud de Graaf

Rink Hof

Illustraties:

Sara Anne studio

Overige fotocredits:

bigstockphotos:

elle33

harvepino

sasha2538

hobbitfoot



Ons
volgende nummer
heeft het thema:

ZELFSTURING EN AUTHENTICITEIT

JULI/AUGUSTUS/ SEPTEMBER

2018

Dank je wel voor jouw pioniersschap
en bijdrage aan de wereld



*Elk kwartaal ons insiprerende
thema-magazine lezen?*

*Schrijf je nu in voor de
Digitale Blikopener.*

*Je ontvangt dan 4x per jaar
Pioniers Magazine in je
mailbox.*

www.pioniersmagazine.nl