

Ecologie boven economie is steeds meer lonend

Betekenisvol ondernemen is de nieuwe rijkdom

Hoe haal je als ondernemer het maximale uit je bedrijf én personeel? Dit jaar verschijnt in de IJmondiaan namens de OV IJmond een serie van zes inspiratie-artikelen. OV IJmond-lid Patrick R. van Zuijlen van Dé Bedrijfsoptimalisator* en EIGEN Fundament deelt zijn visie en ervaringen. Vandaag het zesde en tevens laatste deel: de transitie naar de nieuwe rijkdom.

nemen via ons 5 stappenplan wel degelijk hogere winst kan opleveren', geeft Van Zuijlen aan.

5 stappen

Stap 1 is: kies een spraakmakende ambitie. 'De Vegetarische Slager wil de grootste slager ter wereld worden, tapijtenfabrikant Interface onderneemt al jaren klimaatpositief en Kipster levert het meest duurzame ei ter wereld. Deze missies vallen op, je krijgt (media-) aandacht en je trekt nieuwe klanten aan die hun waarden in die van jou herkennen', legt Van Zuijlen uit. Deze nieuwe klanten brengen nieuw omzet. Dat is de eerste concrete financiële bijdrage. En er is meer. 'Mogelijk heeft jouw bedrijf moeite om goed en jong personeel te vinden. Bedenk dan dat mensen anno 2019 graag willen werken voor een bedrijf met een gave missie. Tony's Chocolonely (Slaafvrije cacao-keten) en Ocean Cleanup van de jonge, Nederlandse ondernemer Boyan Slat (alle oceanen plasticvrij in 5 jaar) ontvangen 30 tot 50 open sollicitaties per week! Vooral de millennials willen dolgraag voor dit soort betekenisvolle entrepreneurs werken.'

Belangrijk hierbij: je ambities als ondernemer hoeven niet per se sexy te zijn. 'Zo begeleiden we nu een groep bedrijven uit de kledingbranche om de enorme berg gebruikte kleding uit de verbrandingsovens te krijgen', voegt Van Zuijlen toe. 'Zorg dat je uitvoerig communiceert als je deze ambitie realiseert. Vertel concrete resultaten, geen holle woorden.' Stap 2 is het optimaliseren van jouw bedrijf om de spraakmakende ambitie mogelijk te maken. 'Onze bedrijfsoptimalisatie-ervaring leert dat in het gemiddelde mkb-bedrijf het financiële bedrijfsresultaat met 10 tot 30 procent omhoog kan. Deze optimalisatie is de tweede financiële bijdrage aan een hogere winst. Zo maak je jouw bedrijf ook gelijk klaar voor de toekomst; want is jouw bedrijf al voorbereid op mindere tijden?'

Betere werkprestaties met werkgeluk

Stap 3 is het werkgeluk centraal stellen in je organisatie. Continu. Werkgeluk is volgens Van Zuijlen 'onderdeel van de ziel van de professional en zijn bedrijf. Organisaties die dat snappen, zijn de winnaars van morgen.' Bij betekenisvolle bedrijven ligt het werkgeluk van de

'Betekenisvol ondernemen kan juist meer financiële winst en betekenisvolle waarde opleveren'

werknemers ook navenant hoger. Hoe hoger het werkgeluk, hoe beter medewerkers presteren en hoe hoger hun toegevoegde waarde voor het bedrijf is. 'Medewerkers zijn tot liefst 22 procent meer productief en kennen 37 procent minder gevallen van ziekteverzuim en burn-out, zo wijst onderzoek van Bootz en Gallup (2018) uit. Hier zit de derde financiële reden dat betekenisvolle bedrijven (ook financieel) succesvoller zijn dan hun collega's. Door het centraal stellen van werkgeluk groeit de aantrekkelijkheid van de organisatie, met name voor de millennials. Zij achten betekenisvolle impact hoger dan winst. Hierdoor groeit hun eigen impact en bijdrage aan de betekenis-economie. En daarmee ook een betere wereld. Kortom, werkgeluk

laat betekenisvolle organisaties sneller groeien. Tegelijkertijd geeft je zo je *employer branding* vorm. Je wordt een aantrekkelijke werkgever, die goed zorgt voor zijn werknemers', aldus Van Zuijlen. Stap 4 luidt: Creëer een krachtige marktcommunicatie over hoe je jouw spraakmakende ambitie realiseert en hoe je werkt aan een hoger werkgeluk van je medewerkers. Laat dus gewoon zien wat je doet. Deze persoonlijke boodschappen trekken veel aandacht. 'En de laatste stap', zo zegt Van Zuijlen: 'Toon leiderschap en lef. Omarm een betekenisvolle ambitie die bij jou en jouw bedrijf past en ga aan de gang. Transformeer je bedrijf en ga op weg naar de positie van betekenisvolle koploper. Als koploper kan je de gehele sector inspireren. Zo



Patrick R. van Zuijlen

vergroot je tevens jouw indirecte betekenisvolle impact.'

In elke sector toepasbaar

Waarom zou je wachten met implementeren van dit stappenplan? 'Het momentum is namelijk perfect. De huidige kennis-economie gaat de komende 20 jaar transformeren naar de betekenis-economie. Dié bedrijven die nú lef tonen en de betekenisvolle weg inslaan, zijn de winnaars van morgen. Zij investeren in hun eigen toekomst, en maken hun bedrijf klaar voor de toekomst. En dit alles met een zeer korte terugverdientijd. Op weg naar nieuwe rijkdom dus, hetgeen in elke sector toepasbaar is', aldus Van Zuijlen.

Welke spraakmakende en betekenisvolle ambitie zou OV IJmond ook kunnen pakken? Als groep of met haar clusters?

Start-ups

Het nieuwe gat in de markt is het gat in de maatschappij. Dit geldt ook voor startups. 'Veel millennials komen in actie en starten nieuwe bedrijven. Nu al is 25 procent van alle start-ups betekenisvol en dat percentage komt steeds hoger te liggen. Zo dragen ze bij aan de 17 Sustainable Development Goals van de Verenigde Naties. Voor de twijfelaars die zich afvragen of deze aanpak resultaat oplevert, is Patrick R. van Zuijlen duidelijk. 'Het werkt zeker', zegt hij. 'Onderzoek dat de afgelopen tien jaar is uitgevoerd door Havas Lemz, is helder: betekenisvolle bedrijven zijn ruim 200 procent succesvoller dan hun collega's die winst als hoogste doel hebben. Bedrijven die naast winst ook waarde nastreven zullen in de meeste sectoren de markt gaan domineren. Die trend zie je in steeds meer sectoren aftekenen. Betekenisvol ondernemen leidt tot verhoogde winstgevendheid en geeft je bedrijf een veilige toekomst met continuïteit. Nieuwe rijkdom dus!'

Meer informatie?
Bekijk de websites
eigenfundament.nl en
bedrijfsoptimalisator.nl

Beeld: ©theoceancleanup.com

Nu 2019 ten einde loopt, kunnen we gerust zeggen dat dit jaar in het teken stond van het klimaat. 'Met de 16-jarige Zweedse Greta Thunberg als het mondiale symbool, staan steeds meer mensen op tegen de opwarming van de aarde en alle weinig vrolijke gevolgen die dat met zich meebrengt. Want als we blijven leven, werken en vooral ook blijven consumeren zoals we nu doen, gaat de planeet bankroet, vertelt Patrick R. van Zuijlen. We hebben dit jaar met z'n allen 1,75 keer opgemaakt dan wat de aarde jaarlijks aan capaciteit te bieden heeft. Dat is dus 75 procent te veel! 'Elk jaar bereiken we steeds eerder de datum dat het rantsoen van dat kalenderjaar op is. Vorig jaar was het 1 augustus en in 2019 kwam deze zogenoemde *Earth Overshoot Day* reeds op 29 juli. Voor Nederland alleen berekenen we dat moment al in april. Als je je bedenkt dat de wereldbevolking in 2050 waarschijnlijk zal zijn gegroeid naar 9,7 miljard mensen, zal de aarde nóg sneller uitgeput raken en verder opwarmen. Met nog meer gevolgen, die we dagelijks in het nieuws zien.

De nieuwe rijkdom

We worden steeds meer bewust dat het huidige economische denken zijn langste tijd heeft gehad. 'Winst maken ten koste van de planeet en maatschappij, heeft daarom zijn langste tijd gehad', stelt Van Zuijlen. Gelukkig is er zich in het bedrijfsleven een kentering aan het aftekenen: die van winst gedreven ondernemen naar betekenisvol ondernemen. Betekenisvol ondernemen is dienend aan maatschappij en planeet. 'MVO Nederland noemt betekenisvol ondernemen niet voor niets *De nieuwe rijkdom* voor bedrijven.' En ja, betekenisvol ondernemen kan juist meer financiële winst en betekenisvolle waarde opleveren.'

'Als ik aan ondernemers uitleg, dat je door betekenisvol te ondernemen uiteindelijk ook hogere bedrijfswinsten kunt behalen, krijg ik vrijwel altijd de vraag: 'Hoe kan dat, want betekenisvol ondernemen kost toch geld?' Mijn antwoord is dat betekenisvol onder-