

# Goed idee zoekt geld

**Banken houden hun hand op de knip en subsidieprogramma's worden afgebouwd. Maar voor een goed idee is nog altijd geld. Op de nieuwe 'maatschappelijke marktplaatsen' broeit en borrelt het als nooit tevoren. „Cynisme is uit, netwerken is in.”**

**DOOR STEF VERHOEVEN**

De Amsterdamse Viktoria Susovits liep al enige tijd met haar droom rond: weelderige ecologische stads- moestuinen op de daken van de hoge kantoren op de Zuidas. Maar ja, waar begin je, zonder plan en zonder geld?

Ze besloot haar idee door te spelen naar Greenwish, een onderneming die mensen aanmoedigt hun ideeën samen met anderen uit te voeren. En zo kwam het idee van Susovits terecht op idealekompas.nl, een 'maatschappelijke datingsite' voor financiering en advies van duurzame initiatieven.

Niet lang daarna kreeg Susovits een telefoontje uit onverwachte hoek. „Ik werd gebeld door de bedenker van het duurzaamste hotel van Europa dat op dit moment aan de Amstel wordt gebouwd. Lokale voedselproductie voor de restaurants is een van zijn speerpunten. Ze hadden al een groentekas op het dak gepland. Hij was zo enthousiast over mijn idee voor een daktuin dat hij het meteen heeft meegenomen in het ontwerp.”

Kike Olsder, adviseur van Greenwish en een van de drijvende krachten achter het Idealekompas, kan heel vrolijk worden van zo'n geslaagde match. Sinds de lancering van het platform in november 2011 hebben al meer dan tweehonderd initiatiefnemers hun idee ingebracht. De maatschappelijke marktplaats voor duurzame ideeën lijkt behoorlijk succesvol.

„Het lijkt geen gemakkelijke tijd voor idealisten nu de overheid de subsidieprogramma's afbouw en de banken uiterst voorzichtig zijn geworden”, zegt Olsder. „Maar het tegendeel blijkt waar. De financiële crisis heeft de zaak goed opgeschud. Mensen met goede ideeën zoeken andere wegen. Er ontstaan de mooiste maatschappelijke initiatieven. Cynisme is uit, netwerken is in.”

Olsder weet uit ervaring hoe het is om geconfronteerd te worden met een aflopend subsidieprogramma. „Greenwish heeft acht jaar lang, met de betrekkelijke zekerheid van een overheidssubsidie, sociaal ondernemers geadviseerd over fondsenwerving, financiering, organisatie en duurzaamheid. Toen de subsidiekraan dicht ging, moesten we hier zelf ook uit de leunstand. Van dertien medewerkers gingen we terug naar zes. Natuurlijk was dat vervelend, maar het heeft ook louterend gewerkt. We zijn nu veel flexibler en hebben een scherper oog voor acquisitie gekregen. We vragen nu een vergoeding voor een adviesgesprek en we zijn samenwerkingsverbanden aangegaan.”

Op het Idealekompas vinden vragers en aanbieders elkaar zonder al te veel bemoeienvens van de mensen van Greenwish. Een greep uit de honderden initiatieven en ideeën:

- Stichting SOS Rommelmarkt in Den Bosch bestaat in augustus 35 jaar en wil een 'sociale glossy' gaan maken. Gezocht: grafisch bureau, tekstschrijvers en 5.000 euro.
- Stichting Dorpsraad Kloosterzande heeft een 'droomproject': ze wil een parkje rondom de kerk met een halfpipe voor de skatende jeugd. Gezocht: expertise en zo'n 50.000 euro.
- Fotograaf Lillian van Rooij wil foto's over 'doorwerkers na hun 65ste' exposeren. Ze kan zelf 500 euro betalen, maar heeft het tienvoudige nodig. Plus: betongas, rubber dopjes, haakjes en ander bevestigingsmateriaal.
- Verrassend genoeg blijkt Idealekompas ook een grote aantrekkingskracht te hebben op bedrijven en fondsen die hun geld en expertise voor een deel op een maatschappelijk verantwoorde manier willen besteden. Olsder: „Niet elk bedrijf heeft de juiste netwerken of voelho-

rens om zelf iets goeds te bedenken. In die zin legt het Kompas het altruïstisch overschot bloot. Bedrijven willen wel betrokken zijn bij burgerinitiatieven maar kunnen niet altijd de weg er naar toe vinden. Op het platform vinden ze ideeën genoeg.”

Grote spelers als het VSB-fonds, de Koninklijke Nederlandsche Heidemaatschappij (KNHM), Stichting Doen en consultancybureau Berenschot hebben het initiatief van Greenwish omarmd. Maar ook een klein communicatiebureau en een middelgroot notariskantoor staan op de lijst van supporters.

Wie even doorzoekt op internet, merkt dat het borrelt van soortgelijke maatschappelijke initiatieven. Nudge.nl bijvoorbeeld, noemt zichzelf 'een broedplaats van duurzame ideeën'. Initiatiefnemer Jan van Betten, voormalig topman van Reed Elsevier in Duitsland, mocht deze maand zijn 25 duizendste 'nuder' verwelkomen. De site opent met een indrukwekkende kaart van Nederland vol kleine groenestipjes. „In Duitsland ben ik onder de indruk geraakt van de duurzaamheidsbeweging”, zegt Van Betten. „Het is daar geen politiek issue meer. Het is mainstream.”

Terug in Nederland kreeg hij het idee voor een consumentenplatform om kleine stappen in de verduurzaming zichtbaar te maken. En om 'co-creatie' tussen consumenten en bedrijven te stimuleren.

Het resulteerde in het digitaal platform Nudge (letterlijk: 'zetje') waarop ideeën in de 'broedplaats' gezet kunnen worden, en waarvan de 'crowd' bepaalt of het een levensvatbaar idee is door een stem uit te brengen. Is de stemming positief, dan gaat het idee naar het Nudge-lab waar het met hulp van bedrijven en partners (waaronder ING en Greenchoice) in de markt gezet wordt. In de eerste vier maanden van 2012 heeft Nudge op die manier ruim dertig projecten van de grond getild.

Er zijn twee belangrijke voorwaarden, zegt Van Betten. „Een project moet inspireren tot ander gedrag en – niet onbelangrijk – het moet economisch haalbaar zijn. We zijn geen subsidiefabriek. We willen heel nuchter goede ideeën verder brengen.” Op zijn kantoor in Overveen werken inmiddels zes betaalde krachten en tien vrijwilligers. Over een jaar zal Nudge.nl uit de startkosten zijn, voorspelt Van Betten.

Viktoria Susovits kan niet wachten tot de bovenste etage van het duurzame hotel aan de Amstel is bereikt. Binnenkort gaat ze, samen met de bedenker van het concept, op bezoek bij een professionele kassenbouwer om uit te zoeken wat technisch en technologisch op zo'n hoog dak allemaal mogelijk is. Die stadsmoestuin gaat er dus echt komen. Het hotel wil straks minstens dertig procent van de groenten zelf kunnen verbouwen. Susovits, enthousiast: „Fantastisch hoe deze match heeft gewerkt.”

### Vijf duurzame datingsites

- www.pigbank.nl (asiel voor thuisloze droemen)
- www.caire.nl (marktplaats voor mensen met een zorgvraag)
- www.voordewereldvanmorgen.nl (help een project met hulp of spullen)
- www.nudge.nl (broedplaats voor duurzame ideeën)
- www.idealiekompas.nl (de juiste koers naar financiering en advies)

### Moestuin op een landgoed

Olga Kroes is media-adviseur van de provincie Brabant en lid van de coöperatie Breda DuurSaam. Haar vraag: Wij zoeken ondersteuning bij het ontwikkelen van een moestuin op een landgoed in Breda. Warmoezerij Wolfselaar wil op termijn biologische groenten leveren aan onder andere het landgoedrestaurant.

Kroes: „Ik kreeg een e-mail van Pieter Rozema van Koninklijke Nederlandsche Heidemaatschappij: ‘We zouden het heel fijn vinden als we jullie mogen ondersteunen bij jullie idee voor de warmoezerij’. Ik viel zowat van mijn stoel. Via Idealekompas was hij op de hoogte van onze plannen. ‘Moet je nou eens horen’, zei ik tegen Agnes Moust, initiatiefnemer van dit project, ‘de Heidemaatschappij komt gewoon naar ons toe!’ We hadden al ruim tienduizend uren in het project zitten en raakten aan het eind van een kleine startsubsidie voor de drainage van de grond en aanschaf van gereedschap. Het werd tijd om werk te maken van een goed verdienmodel en een betrouwbare organisatie. KNHM kwam als geroepen. We maken nu samen met hen onder andere een degelijke investeringsbegroting.

„Mijn hele leven ben ik al geïnteresseerd in duurzaam, lokaal voedsel. Ik heb zelf twee moestuinen van zo'n 500 vierkante meter. Groot denken maar klein doen, dat is mijn motto. Daarom probeer ik, samen met de mensen uit onze coöperatie Breda DuurSaam en de gemeente, lokale moestuinen in Breda van de grond te krijgen. Straks, als de Warmoezerij Wolfselaar echt loopt, willen we de wijken in. Er ligt nog zoveel terrein braak dat ontwikkeld kan worden. De tijd is er echt rijp voor.”

Pieter Rozema is projectadviseur bij de Koninklijke Nederlandsche Heidemaatschappij (KNHM). Zijn aanbod: KNHM begeleidt bewoners die op eigen initiatief hun dorp, wijk of

### Toegankelijke zonnestroom

Joost Brinkman (rechts op de foto) werkt als senior manager bij Accenture. Zijn vraag: Ik woon in een nieuwbouwwijk en wil zonnepanelen op mijn dak plaatsen. Hoe krijg ik mijn wijk zo ver om mee te doen?

Brinkman: „In mijn werk bij Accenture ben ik veel bezig met het thema energie en zo kwam ik in contact met Berend Olde Rikkert van Zon-IQ. Hij vertelde me dingen over zonnepanelen die ik nog helemaal niet wist. Ik dacht: als ik het al niet weet, hoe moeten minder ingevoerde mensen dat dan weten?

„Nudge, het duurzame consumentenplatform, kon me heel snel aan contactgegevens helpen van ‘Nudgers’ bij mij in de buurt. Zelf ben ik met een flyerje mijn wijk in Leidsche Rijn ingetrokken om mensen uit te nodigen voor een informatieavond. Er kwamen zestig belangstellenden. Jammer genoeg bleek bij nader onderzoek mijn eigen dak niet geschikt voor zonnepanelen, maar zo'n vijftien wijkgenoten hebben nu daadwerkelijk panelen op hun dak liggen.

„Het geheim van dit kleine succes leerde mij dat zo'n wijk aanpak veel effectiever is dan een anoniem radiospotje of een folder. Het is gezellig, er wordt over gepraat en het idee gaat leven. Nudge heeft het buurtproject nu uitgewerkt tot de campagne Zonnekracht. Binnen een maand meldden zich honderd ‘buurtburgemeesters’, voortrekkers voor zonnepanelen in hun eigen wijk. Ik vind het gaaf dat mijn kleine actie zoveel impact heeft. Ja, gepaste trots, zo mag je dat best noemen.”

Berend Olde Rikkert is mede-initiatiefnemer van Zon-IQ, een bedrijf dat zonne-energie bereikbaar wil maken voor iedereen. Daardoor dacht de consument: nou nee, nu nog maar even niet. Hoe kan het toch dat er zo ingewikkeld wordt gedaan over zonne-energie? Die verbazing is nu kiem geworden van ons bedrijf dat nu ruim een jaar bestaat. Zonne-energie is namelijk gewoon een kwestie van regelen, heel simpel. Het is niet duur, niet ingewikkeld en het rendeert al heel snel.



Foto Merlin Daleman

stad willen verbeteren. We hebben kennis en een netwerk op het gebied van ruimtelijke ontwikkeling.

Rozema: „Via Idealekompas hadden we dertien matches. We bekijken dan welke initiatieven echt levensvatbaar kunnen zijn. Mooie dromen zijn goed, maar onze taak is om uit te zoeken of zo'n droom ook echt valt te verwezenlijken. We hebben een ideële blik, maar een zakelijk instinct. Na het eerste gesprek met de initiatiefnemers van Breda DuurSaam was er weder-

zijds vertrouwen. Het Idealekompas is een van onze middelen om in contact te komen met goede bewonersinitiatieven. Sinds een half jaar hebben we ook een investeringsfonds voor maatschappelijke ondernemingen. Onder mildere voorwaarden dan de banken zullen we in vijf projecten waarin we geloven 100 duizend euro investeren. Het moet uiteindelijk leiden tot een participatiefonds van 3 miljoen euro. De Warmoezerij Wolfselaar kan voor het volgende zaai seizoen op poten staan, lijkt mij.”

worden ook ambitieuzer. Denk bijvoorbeeld aan het opzetten van een lokale energiecorporatie of een stadsboerderij. Sinds een half jaar hebben we ook een investeringsfonds voor maatschappelijke ondernemingen. Onder mildere voorwaarden dan de banken zullen we in vijf projecten waarin we geloven 100 duizend euro investeren. Het moet uiteindelijk leiden tot een participatiefonds van 3 miljoen euro. De Warmoezerij Wolfselaar kan voor het volgende zaai seizoen op poten staan, lijkt mij.”



Foto Evelynne Jacq

Olde Rikkert: „De wereld van zonne-energie was er een van moeizame subsidietrajecten en ontoegankelijke technische verhalen. Daardoor dacht de consument: nou nee, nu nog maar even niet. Hoe kan het toch dat er zo ingewikkeld wordt gedaan over zonne-energie? Die verbazing is nu kiem geworden van ons bedrijf dat nu ruim een jaar bestaat. Zonne-energie is namelijk gewoon een kwestie van regelen, heel simpel. Het is niet duur, niet ingewikkeld en het rendeert al heel snel. „Met Joost vond ik de sleutel voor succes: heel lokaal, mensen uit een buurt of bedrijf bij elkaar brengen en heldere informatie uitwisselen. Inmiddels hebben we samen met de ‘buurtburgemeesters’ van Nudge zo'n 25 bijeenkomsten in heel verschillende woonwijken gedaan. Nudge krijgt een vast bedrag per klant van ons,

zodat zij de kosten voor die bijeenkomsten kunnen dekken. Ook zijn we een maand geleden een strategische samenwerking aangegaan met energiebedrijf Eneco. Daar zijn nu al meer dan duizend reacties op binnen gekomen. Ons verhaal werkt als een olievlek. Uiteindelijk willen we over vijf jaar de grootste zonnestroom community van Nederland zijn met vijftigduizend leden. We zijn aardig op weg.”

### Levenslessen Caroline Princen

## ‘Als je naar de top wilt, kost dat wat’

Caroline Princen (45) is de enige vrouw in de raad van bestuur van ABN Amro. Zij is onder meer verantwoordelijk voor het bonusbeleid. „Ons verhaal is niet slecht, maar je kunt het bijna nooit vertellen, omdat er zo veel sentiment omheen zit.”

Loopbaanplanning „Achteraf lijkt dat misschien zo, maar ik heb nooit lang vooruit gepland. Wat ik wel heb gedaan, is op bepaalde momenten heel bewuste keuzes maken. Het is belangrijk in je carrière af en toe goed na te denken: wat wil ik? Die momenten moet je voor jezelf organiseren, want die komen niet vanzelf. De meest bepalende stap in mijn loopbaan is de overstap geweest van organisatieadviseur naar Nedstaal, waar ik algemeen directeur werd. Dat was echt een carrièreswitch.”

Topvrouw en rolmodel „Je bent een rolmodel omdat anderen dat van je maken. Het is aan jezelf hoe je die rol wilt invullen. Ik coach een aantal vrouwen, deels binnen ABN Amro. Als vrouwen mij een mailtje sturen of opzoeken, probeer ik altijd iets voor ze te doen. Voor sommige dames ben ik een soort mentor. En ik geef lezingen over het 'glazen plafond'. Soms denk ik wel: moeten we het daar nu weer over hebben? Maar het is een onderwerp dat nog steeds aandacht vraagt. En in vergelijking met tien jaar geleden zijn we nog niet veel verder. We moeten vrouwen blijven inspireren, uitdagen.”

Balans tussen werk en privé „Als je naar de top wilt, kost dat wat. Een topfunctie is heel bepalend voor je privéleven. Voor wat je wel en niet met je kinderen kunt doen. Je moet zelf grenzen stellen. En duidelijke keuzes maken. Mijn kinderen zijn nu bijna 14 en 11. Als ze op de middelbare school zitten, is het nog belangrijker dan je er voor ze bent. Maandagmiddag ben ik acht van de tien keer thuis. Dan zitten mijn zoon en ik ieder ons huiswerk te maken. Of ik ga met mijn dochter naar de H&M. Veel rustiger dan op zaterdagmiddag.”

Geld „Geld is de drijvende kracht achter de economie. Het maakt dromen mogelijk: een huis kopen, een bedrijf beginnen. Geld is niet vies, maar krachtig en noodzakelijk. Het hebben van geld is fijn. Maar ik vind het belangrijk dat mijn kinderen besef hebben van geld. Dat het op kan gaan. Dat je dan iets dus

**BARBARA RIJLAARSDAM**



Foto Maurice Boyer

1966: geboren in Gendringen  
1986: klinische psychologie en organisatiepsychologie in Utrecht  
1992: organisatieadviseur bij YDL Management in Maarssen  
1996: partner bij YDL, later *managing partner*  
2004: opleiding Executive Management, IMD, Lausanne  
2005: algemeen directeur van Nedstaal  
2008: benoemd tot vrouwelijke manager van het jaar  
2009: ABN Amro, eerst lid van transitieteam, later raad van bestuur

### Caroline Princen

Caroline Princen is getrouwd en heeft twee kinderen.