



← De Sociale Troonrede 2018

## “Het werkt twee kanten op”

Herbert Pesch is oprichter van Evident, een B2B Digital agency die zich o.a. richt op digital marketing en eCommerce, en werkt daarnaast aan veel verschillende projecten. Zo heeft hij onder andere geïnvesteerd in het werkspoorgebied in Utrecht. Ook is hij betrokken geweest bij de oprichting en ontwikkeling van verschillende projecten vanuit SodaProducties, waar Marieke Helnsbroek aan het roer staat. SodaProducties is een landelijke netwerkorganisatie die non-profit- en commerciële organisaties begeleidt bij het effectief invullen van hun maatschappelijke doelen.

### De start van impact

Marieke werkte bij Evident maar startte ruim tien jaar geleden, samen met haar zus, met het plan om een project op te zetten waarbij er voorgelezen werd in huiskamers in Kanaleneiland, om zo kinderen actief te stimuleren in hun taalontwikkeling: De VoorleesExpress. Het eerste idee was om klein te beginnen. “We dachten eerst aan 100, in het begin misschien zelfs wel maar 10 huishoudens in de wijk om bij voor te lezen.” Ze lieten het projectplan lezen aan Herbert, die betrokken raakte en mee ging denken. “Ik vond het interessant dat ze dit risico durfden te nemen om zo’n project op te starten in deze wijk. Ik dacht direct groot, als je tijd besteedt en investeert in een project, waarom dan niet 1000 huishoudens?”

Marieke beaamt dit. “Het is een project in intieme setting; thuis bij mensen, – maar dan groot uitgedacht. Herbert heeft het belang van deze manier van ‘groot denken’ altijd benadrukt.” “Ik heb dat aangereikt, inderdaad” vult Herbert aan, “maar belangrijker nog, jullie hebben dit zelf altijd omarmd. In de wereld van marketing en geld heerst vaak toch nog een beetje een macho cultuur. Mensen vinden het lastig om zichzelf kwetsbaar op te stellen, dat maakt het ook zo interessant om samen te werken met SodaProducties. Jullie zijn ontzettend puur in wat jullie doen en hoe jullie je openstellen. Dat inspireert ons ook. Daarnaast geeft het enorm veel voldoening om samen te werken aan een maatschappelijk doel en te merken; dit heeft echt impact. En dat positieve straalt ook weer af op je business.”

# Een klein zetje maakte groot verschil

Volgens Herbert was het een klein zetje waarmee hij SodaProducties ondersteunde. "Het gaat hier om een gelijkwaardige samenwerking," benadrukt Marieke. "De samenwerking beperkt zich niet alleen tot de concrete noodzakelijkheden om een project te laten slagen, maar ook het breder meedenken met andermans organisatie of faciliteren van netwerkmogelijkheden horen er bij."

"Die gelijkwaardigheid komt terug in de hele samenwerking en werkt twee kanten op binnen een partnerschap.", aldus Herbert. Marieke vult aan: "Wij spelen los van de gezamenlijke projecten ook in op behoeftes en vragen vanuit Evident. Bijvoorbeeld bij het organiseren van een bijeenkomst, waarbij wij altijd rekening houden met de behoeften van onze partner. Binnen de projecten kijken we aan beide kanten hoe er zo veel mogelijk meerwaarde geboden wordt, terwijl we werken aan een gezamenlijk doel."

## Samenwerken

"Enerzijds was het voor ons enorm waardevol om van Herbert te leren om dingen op een andere, zakelijke manier te verwoorden, maar tegelijkertijd inspireren wij met SodaProducties werknemers en ondernemers uit andere sectoren, zo ook bij Evident. Een mooi voorbeeld is MATS – Maatschappelijke Traineeships – een project waarin we starters verbonden aan maatschappelijke organisaties en het bedrijfsleven. Dit leverde ook voor zakelijke partijen een hoop op: van zelfreflectie tot het ontdekken van nieuwe manieren van werken."

*"Het is belangrijk dat zowel ondernemers als (startende) initiatiefnemers niet slechts op microniveau denken, maar dingen opschaalbaar maken, om zo het maatschappelijk rendement te vergroten." – Herbert Pesch*

Volgens Herbert is het belangrijk om te kijken wat er is qua aanbod aan sociale en maatschappelijke initiatieven met ambitie en de potentie om opschaalbaar te zijn en hier de spotlight op te vestigen. "Goede ideeën zijn leuk, maar een initiatief en de mensen er achter moeten de potentie hebben om te groeien en (uiteindelijk zelfstandig) impact te kunnen maken. Een initiatief of project moet er niet zijn 'om er te zijn', maar bestaansrecht hebben en hiermee zo veel mogelijk mensen en partijen bereiken."

Een mooi voorbeeld van een breed bereik is het project 'SodaFris'. "Tijdens het voorlezen bij de VoorleesExpress werd duidelijk dat veel vrouwen weinig buiten hun wijk kwamen en dat zij graag zelfstandig (meer) inkomsten wilden genereren. Wij wisten ook dat veel particulieren en bedrijven behoefte hadden aan betrouwbare zelfstandigen, voor klussen in catering en schoonmaak." vertelt Marieke. Door een koppeling te maken tussen deze vraag en het aanbod, wordt er op een ondernemende manier omgegaan met de 'bijvangst' van een ander project. "Wij kijken naar kansen, spelen in op een behoefte of wanneer we zien dat er ergens een 'gat' zit. We doen geen dingen die al worden gedaan."

## De kracht van de executie

Het geheim van een succesvol initiatief en uiteindelijk ook van een samenwerking met een zakelijke partij, is de drive die er in de uitvoering zit. "Veel mensen bedenken plannen, maar het gaat om de kracht van de executie, het doorzettingsvermogen en de ziel die er in een project en samenwerking zit. Op dat moment ben je geloofwaardig en daarom interessant voor investeerders en samenwerkingspartners." aldus Herbert. Marieke vult aan; "Wat je helaas regelmatig ziet gebeuren is dat het verschillende partijen niet lukt om naar elkaar te luisteren, wat een samenwerking uiteindelijk doet stranden. Je moet elkaars taal willen spreken en open staan andermans (organisatie) cultuur." Beiden zijn het er over eens dat je binnen een samenwerking begrip moet hebben voor elkaars belangen, of dit nu op financieel, sociaal of maatschappelijk gebied is.

De wederzijdse interesse komt opnieuw ter sprake. "Om een partnerschap succesvol te laten zijn, is het belangrijk om op meerdere lagen samen te werken", stelt Herbert. Door op te treden als partner, adviseur en netwerker kun je een samenwerking op een veel intensievere (en duurzamere) manier vormgeven. Daarbij moet je echt openstaan voor elkaars wereld, iets wat ik als ondernemer graag wil en doe. Want daardoor ontwikkel je." Marieke knikt. "Deze openheid en interesse wordt zo een vanzelfsprekendheid en uiteindelijk onderdeel van je identiteit. Toen wij net begonnen stonden wij nog vrij naïef tegenover een samenwerking met een zakelijke partner. Hoewel we goed wisten wat we wilden bereiken en met welke kwaliteit, wisten we nog niet goed hoe we dit samen konden vormgeven. Inmiddels mogen we onze ervaring hierin delen met andere organisaties."

## Vertrouwen

Als initiatief of project is het noodzakelijk om genoeg aandacht te besteden aan je organisatie, maar tegelijk is het heel belangrijk om te investeren in de partijen om je heen. "Hier moet je een balans in vinden," vertelt Marieke. "Op het moment dat je alleen naar binnen gericht bent weten mensen je niet te bereiken. Je bouwt aan een netwerk om je heen dat in een gezamenlijk doel gelooft en je moet investeren in het wederzijdse vertrouwen." Ook het zelfvertrouwen van initiatieven is enorm belangrijk. "Denk in partnerships en zorg voor een overtuigend verhaal over hetgeen jouw initiatief bijdraagt aan (maatschappelijk) rendement. Wees ook niet vies van marketing en het verkopen van dit verhaal, maar blijf hierin betrouwbaar en authentiek." aldus Herbert.

### Tips en tricks

1. Initiatieven: denk in je aanbod qua marketing vanuit het perspectief van de andere partij: wat kunnen zij, wat kunnen wij en wat kunnen we samen?
2. Maak je project schaalbaar en zet in op een breed maatschappelijk rendement.
3. Sta open voor het leren en spreken van elkaars taal.

Met dank aan:

1. Marieke Heinsbroek: Ondernemer, o.a. oprichter SodaProducties
2. Herbert Pesch: Ondernemer, o.a. oprichter / directeur Evident

Geschreven door:

1. Rachella Dubbeldam