

Welke impact ga jij maken?

Jacklien Quirijnen

DeltaZuid - Artikel 01/2020

Jacklien Quirijnen



‘We have a choice to make during our brief, brief visit to this beautiful blue and green living planet: to hurt it or to help it.’

– Ray Anderson

Aldus de legendarische woorden van wijlen Ray Anderson, oprichter van Interface en één van de voorlopers als het gaat om succesvol duurzaam ondernemen. (De link verwijst naar zijn ongelooflijk inspirerende TEDTalk, zeker kijken!)

Het is een keuze die we in mijn ogen allemaal moeten maken en ik kies bewust voor het laatste: to help it. Een keuze die ik dagelijks probeer na te streven in mijn privéleven én in mijn werk. En hoewel **individuele acties belangrijk zijn** – belangrijker dan mensen vaak denken – zal dat alleen onze wereldwijde klimaatcrisis niet oplossen. Daar is een krachtigere beweging voor nodig vanuit de overheid, de financiële sector én het bedrijfsleven (aldus ook het model van Cambridge Institute for Sustainability Leadership: **‘Rewiring the economy’**).

De keuze van DeltaZuid

Daarom ben ik trots dat ook DeltaZuid de duidelijke keuze heeft gemaakt om een positieve bijdrage te willen leveren aan onze wereld. Dit door de kracht van branding in te zetten om betekenisvolle bedrijven te helpen groeien. Bedrijven die niet alleen winstgedreven zijn, maar zich ook (willen) inzetten voor een betere wereld. Op zowel sociaal als ecologisch vlak.

Dit betekent niet dat DeltaZuid nu alleen nog maar met de “Tony’s Chocolonelys” van deze wereld willen werken. Integendeel. Wij zijn juist op zoek naar ondernemingen die de transitie naar een meer duurzame bedrijfsvoering nog moeten, en graag willen, maken. Zodat we hen daarbij kunnen helpen en zo een nog grotere impact kunnen maken.

Verduurzamen vanuit de identiteit

Nu kan ik me voorstellen dat je je afvraagt: 'wat heeft branding met duurzaamheid te maken?' Meer dan je denkt! Brand development start in het hart van de organisatie en verduurzamen ook! Ik kan dit het beste verduidelijken aan de hand van de piramide van Bateson & Dilts. Deze piramide beschrijft de niveaus waarop mensen en organisaties denken, leren en veranderen. De piramide kent een duidelijke hiërarchie. Veranderingen op een hoger niveau hebben invloed op de niveaus daaronder, maar (meestal) niet andersom. Als je als organisatie een transitie wil maken, moet je dus beginnen op het juiste, hoogste niveau. Bij de missie en identiteit.

Dat is precies wat wij doen in onze Brand Identity fase. We gaan op zoek naar de drive van de ondernemer(s)/onderneming en kijken welke impact men wil maken. Niet alleen op economisch vlak, maar ook op sociaal en ecologisch vlak. Hierdoor zorg je ervoor dat duurzaamheid in de kern van de organisatie wordt verankerd. Om vervolgens op basis daarvan het merk (opnieuw) te ontwikkelen én - in samenwerking met de duurzaamheidsstrategen van **360SDG** - concrete duurzaamheidsdoelstellingen te formuleren, waarmee de organisatie direct aan de slag kan. Hiermee voorkomen we 'greenwashing' en zorgen we voor daadwerkelijke impact!

Business for good is good business

We zien dat veel mkb-ers op vele fronten al een positieve bijdrage leveren aan een betere wereld, maar dat nog onvoldoende naar buiten toe communiceren. Daarnaast zijn er steeds meer ondernemers die de urgentie zien om verder te verduurzamen. Deze urgentie wordt naar mijn mening de komende jaren alleen maar groter. Omdat werknemers en financiers erom vragen. En omdat de druk vanuit de consument en de overheid toeneemt.

Om als ondernemer succesvol te blijven, is het derhalve noodzakelijk om de verandering in te zetten naar betekenisvol ondernemen. Dat betekent overigens niet dat je geen winst zou mogen maken. Sterker nog:

Naar mijn mening kun je in de toekomst alleen financieel succesvol zijn, als je dat ook bent op het sociaal en ecologisch vlak. Oftewel *'Business for Good is Good business'*.

En nu ben ik zelf geen ondernemer, maar is het niet zo dat ondernemen veel meer voldoening geeft als je daarmee niet alleen een mooie boterham kunt verdienen, maar ook voor een mooiere, gelukkigere wereld kunt zorgen? Volgens mij word je daar als ondernemer uiteindelijk veel rijker van.

WELKE IMPACT GA JIJ MAKEN?

Creating positive change

DeltaZuid én ik persoonlijk hebben een duidelijk keuze gemaakt;

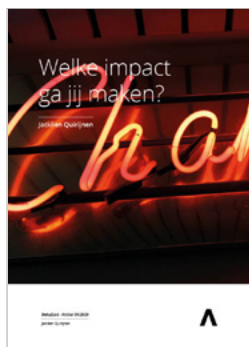
'wij willen onze prachtige planeet helpen! Wij gaan voor positieve verandering, voor 'creating positive change'.

Ik ben benieuwd: wat kies jij?

Jacklien Quirijnen

Owner & sustainability expert

jacklien@oaq-sustainability.com



DELTAZUID®

DeltaZuid

Eindhovenseweg 126a / 5582 HW Waalre

T. +31 (0) 40 266 15 25

www.deltazuid.nl / info@deltazuid.nl