



ÉCHTE WINST

Ooit vertelde een manager mij over een 'heilig ongenoegen'. Petra Hoogerwerf schrijft en werkt voor mensen die dit hebben: een pure en intrinsieke drive om iets te veranderen. Dit boek laat zien hoe je vanuit een dergelijke drive in zeven stappen echt succesvol kunt ondernemen met maatschappelijke impact.

Ondernemen heeft een andere bijklank gekregen dan wat het werkelijk betekent. Iets ondernemen, dat is iets voor elkaar krijgen. Terwijl ondernemen toch vooral de smaak van VNO-NCW, MKB Nederland en Hans de Boer gekregen heeft. Gerichtheid op geld en financiële winsten. Hoogerwerf bepleit dat financieel gewin niet het enige is wat telt: maatschappelijke impact, dat is wat er toe doet. Ze staat hier niet alleen in. De afgelopen jaren is er een groeiende aandacht voor maatschappelijk en sociaal ondernemen. In haar nieuwste boek heeft ze samengevat wat er zoal op dit gebied gebeurt. Na ieder hoofdstuk volgt er een uitgebreide casus waarin bedrijven, overheden, buurtcollectieven en individuen iets moois voor elkaar krijgen. Ook de theorieën in de hoofdstukken zelf worden toegelicht aan de hand van praktijkcasussen. Deze theorieën heeft Hoogerwerf niet allemaal zelf bedacht. Van de overbekende ANSOFF-matrix tot aan de producties van Social Enterprise NL: Hoogerwerf speelt handig leentjebuur en weet het in een coherent en compleet boek samen te brengen. Ze noemt als doelgroep voor het boek

'een ieder die impact wil maken'. Een uitstekende keus, want steeds vaker hoor en zie je mensen vanuit die drive keuzes maken. Daarmee kiest Hoogerwerf – Ansoff-technisch – voor een nieuw product voor een nieuwe, groeiende markt. Van het opstellen van een goede visie, via organisatie modellen tot veelvoorkomende financieringsconstructies: het passeert allemaal de revue.

Ze waarschuwt om niet op je lauweren te rusten, maar een 'prepare-act-houding' aan te nemen: continue bevragen of je nog het goede doet. Het komt vaak voor dat mensen de hele wereld willen redden. Ze raadt hen aan dat het helpt om jezelf te beperken tot een klein deel daarvan. Te veel mensen lopen leeg op de problemen van de wereld, en vergeten dat ze oorspronkelijk waren begonnen voor de eenzame buurvrouw. Jammer is dat het boek vrij snel geschreven is waardoor er taalkundige slordigheden in zijn geslopen. Ook is het inhoudelijk soms summier, zoals bij de financieringsmodellen en het hoofdstuk over zichtbaarheid van initiatieven. Daar is door anderen al veel diepgaander analyse over gedaan, wat in dit boek – als handboek

voor de sociaal ondernemer – niet misstaan had. Ach, mooie maatschappelijke initiatieven zijn zelden perfect en het draait om het resultaat. Toch? Niet dus, aldus Hoogerwerf zelf. Streef altijd naar perfectie. **GOED DOEN ALLEEN IS NIET GENOEG, HET MOET GOED-BETER-BEST.**

Als je een heilig ongenoegen hebt, een Vonk om iets te betekenen voor de wereld buiten de gebaande paden van je carrière of organisatie, lees dan dit prachtige boek, laat je inspireren en durf te leren van alle goede initiatieven die de wereld iedere dag een klein stukje mooier maken.

—
Theo Sikkema heeft de afgelopen twee jaar recensies geschreven voor M&C. Dit is zijn laatste, omdat hij Twynstra Gudde en Adviestalent heeft verlaten. Hij werkt nu als teamleider bij de eenheid Wegen en Kanalen van de Provincie Overijssel.

