

‘Om het verschil te kunnen maken, dienen grote systemen veranderd te worden’

drs. Willemijn Verloop
Vredesactiviste, sociaal ondernemer en pionier

Gepassioneerd, met een duidelijke visie en grote, maar zeer concrete ideeën voor de toekomst.

Willemijn Verloop begon haar carrière bij het Political Affairs Department van de Verenigde Naties in New York en de Raad van Europa in Straatsburg. Hierna werkte zij als vredesactiviste in Bosnië. Na een bezoek aan een schuilkelder in Mostar, waar kinderen door middel van muziek even loskwamen van de ellende om hen heen, ontstond de wens structurele, creatieve hulpverleningsprogramma's voor deze kinderen te ontwikkelen. Het doel was een 'vredesgeneratie' te creëren, om te zoeken naar wat jongeren verbindt in plaats van wat hen scheidt en hen bovendien de handvatten te bieden om zich weer gezond te kunnen ontwikkelen. Muziek was daarvoor een perfect middel. Het brengt mensen dicht bij elkaar, overschrijdt grenzen en is een universele taal. Vanuit deze gedachte ontstond in 1995 War Child Nederland.

'Ik geloof sterk dat het individu een situatie kan veranderen en dat je elk persoon alleen moet stimuleren en prikkelen en de juiste handvatten aan moet reiken om het zelf te gaan doen. Daar ligt de kracht. Jongeren in oorlogsgebieden zijn niet alleen slachtoffers. Het zijn ook ontzettend krachtige mensen, die de mogelijkheid moeten krijgen om iets van hun leven te maken. Die kansen moeten we ze bieden, maar ze moeten het wel zelf doen.

War Child heeft inmiddels een goede naam in de markt, een hoge naamsbekendheid en ontwikkelt zeer succesvolle programma's in oorlogsgebieden. Het is daarnaast een gewoon bedrijf. We hebben effectieve marketing, communicatie en fondsenwerving opgezet om te zorgen dat we steeds de financiering rond krijgen om onze programma's voor oorlogskinderen goed te kunnen uitvoeren. In onze bedrijfsmatige aanpak vervullen we inmiddels een voorbeeldfunctie. Met name jonge organisaties vragen ons regelmatig om advies. We hebben geprobeerd de opbouw van de organisatie gestructureerd aan te pakken. We wilden ervaren, professionele partijen aan ons binden om ons te helpen onze organisatie te formeren en ontwikkelen. Nietzover voor de inhoudelijke ontwikkeling van onze programma's in het veld, daarin waren we echt aan het pionieren, maar wel om een zo bedrijfsmatig en efficiënt mogelijke aanpak te realiseren in Nederland. Het is belangrijk te zorgen dat de systemen zo goed mogelijk op orde zijn, en iedere keer bij te sturen. Zo kun je de groei hanteren en de hulpverleningsprogramma's efficiënt blijven ontwikkelen.

Goede projecten opzetten in instabiele (post)conflictgebieden blijft ongelofelijk moeilijk. Het is ons relatief gezien bijzonder goed gelukt, maar we moeten blijven leren om kwalitatief zo goed mogelijke programma's te ontwikkelen in een zeer ingewikkelde context. Een sterke cultuur was en is een vereiste bij een zeer snel groeiende organisatie zoals War Child. Iedereen is intrinsiek gemotiveerd door de missie, maar daarnaast gaat het erom hoe mensen met elkaar omgaan. Hoe haal je goede mensen binnen en houd je ze vast? Ik ben een inspirerend leider die de kracht van andere mensen om zich heen nodig heeft om het zo goed mogelijk te kunnen doen. Ik wil mijn team stimuleren om zelf ondernemend te zijn en onafhankelijk en sterk te staan in wat we proberen te bereiken. Daarbij wilde ik zeker geen *top down* structuur creëren, maar mensen zoveel mogelijk op hun kracht proberen in te zetten. Vanzelfsprekend worden er ook fouten gemaakt en als dit gebeurt, neem ik dat persoonlijk op. Ik heb dan blijkbaar niet de situatie gecreëerd waarin we dat hadden kunnen voorkomen. Uiteindelijk wilden we een groot lerend vermogen binnen de organisatie creëren en dat lukt alleen als iedereen open durft te communiceren, over wat wel, maar ook over wat niet goed gaat. Ik denk dat dit voor mij één van de belangrijkste elementen is geweest als leider. Mensen hun eigen verantwoordelijkheid en ruimte geven. War Child heeft vanaf de start intensief samengewerkt met het bedrijfsleven, iets wat toentertijd nog door niet veel charitatieve instellingen werd gedaan. We waren één van de grondleggers van de MVO-samenwerkingen en hebben inmiddels veel innovatieve



partnerschappen gerealiseerd. Een van de aanleidingen tot die samenwerking was, dat we in Nederland geen kosten wilden maken. We hadden bedrijven nodig die die kosten voor ons wilden sponsoren; het IT-systeem verzorgen, de juridische en administratieve ondersteuning leveren, de tafels, stoelen, computers, maar ook alle marketingkosten. Voor al die facetten hebben we bedrijfspartners die dat gratis verzorgen en tegelijkertijd hun kennis en expertise meebrengen om het op de beste manier neer te zetten en te ontwikkelen. War Child heeft daar heel veel aan gehad.

De gedachte van een lagekostenbeleid kwam voort uit het feit dat we geen geldverslindende machine in Nederland wilden worden. Het geld moest naar de hulpverlening in conflict gebieden toe. Maar een geweldig neveneffect van die aanpak bleek pas later. Als iedere euro drie keer moet worden omgedraaid voordat je hem mag uitgeven, ga je heel creatief denken wat allemaal mogelijk is met die euro. Er worden vernieuwende manieren voor marketing en communicatie bedacht, je gaat op zoek naar wegen die nog niet bewandeld zijn. Ik merk dat dit uiteindelijk een enorme inhoudelijke en vooral creatieve kracht van de organisatie is geworden. Ik ben blij dat er in Nederland de afgelopen jaren steeds meer commerciële bedrijven zijn gekomen die maatschappelijke verantwoordelijkheid nemen en serieus inzetten op het behalen van sociale naast commerciële doelen. Ze creëren werkgelegenheid, gebruiken duurzame en *fairtrade* geproduceerde grondstoffen en zorgen voor betere duurzame producten en diensten. Natuurlijk kan dat altijd beter, maar veel bedrijven zijn de goede weg ingeslagen.

Ik hoop en verwacht ook dat er in de komende jaren steeds meer 'sociale ondernemingen' zullen komen. Bedrijven die een sociale missie hebben en commerciële middelen gebruiken om dat doel te bereiken. Het kunnen ondernemingen met een hybride structuur zijn (gedeeltelijke commercieel en gedeeltelijk charitatief), maar ook puur commerciële ondernemingen. Het is een sector die zich wereldwijd steeds sterker ontwikkelt en die tussen commercie en non-profit in zit, waar echte ondernemers zitten met een ambitie om een sociaal-maatschappelijk doel te bereiken. Dit kan bijvoorbeeld een onderneming zijn die autistische jongeren inzet in de ICT sector, of die een innovatief duurzaam product in de markt zet. We zijn in Nederland erg verwend door de

welvaartsstaat. We hebben vele jaren naar de overheid gekeken en achterover geleund tot zij al onze sociale problemen zou oplossen. Maar net als jongeren die opgroeien in conflictgebieden, moeten we als individuen in Nederland veel meer zelf onze sociale problemen aanpakken. We weten dat de overheid deze welvaartsstaat in de toekomst niet op hetzelfde niveau zal kunnen handhaven. Dat betekent dat innovatieve oplossingen gevonden moeten worden om ons sociale vangnet in de samenleving te kunnen behouden. Sociaal ondernemerschap kan een uitkomst bieden. Ik zoek eigenlijk een generatie ondernemende pioniers die een grote sociale doelstelling en ambitie heeft en dat op een ondernemende manier ontwikkelt. En dan niet alleen op basis van overheidssubsidies, maar juist ook met geld uit de markt. Daar is wat mij betreft een enorm tekort aan in Nederland. Ik probeer me sterk te maken om deze ondernemers de ruimte te geven, zodat hier een veld voor ontstaat. Er zijn bijvoorbeeld genoeg jongeren die hierin willen springen, maar de aansluiting ontbreekt. Dit komt mede door onze ingewikkelde regelgeving. Het is nodig systemen te veranderen om mogelijkheden hiervoor te creëren. Dat is een van mijn huidige uitdagingen; met sociaal ondernemerschap grote systemen veranderen." 🎓

willemijnverloop@speakersacademy.eu