

A portrait of Meino Zandwijk, a middle-aged man with short brown hair, smiling warmly. He is wearing a dark navy blue jacket over a dark blue ribbed sweater with three buttons. He has his hands on his hips. The background is a bright, overcast sky with a blurred cityscape in the distance.

**MEINO ZANDWIJK:
"NADENKEN OVER
HERVERDELING VAN WERK,
VERMOGEN EN INKOMEN."**

Meino Zandwijk is een mooi voorbeeld van iemand die daadwerkelijk de bakens heeft verzet, nadat hij zich bewust werd van het belang van een gezond leefmilieu en een betrokken samenleving. Zandwijks bewustwording leidde onder meer tot zijn prachtige boek 'De Directiefluisteraar' uit 2015. Maar ook ging het roer om bij het organisatieadviesbureau Dutch, waarvan Zandwijk mede-aandeelhouder is.

Pleidooi voor rechtsbreinige waarden

TEKST **TOON BERENDSEN** | BEELD **MARGARET LANSINK**

De economische crisis die in 2008 uitbrak, zou leiden tot een mind shift: terug naar de basis, eerherstel voor het kleinschalige. Tien jaar later moet worden geconstateerd dat de oude instituties de crisis hebben overleefd, geholpen of niet. Blijkbaar is er een nóg grotere crisis nodig om werkelijk tot verandering te komen.

Volgens Zandwijk is die crisis echter eigenlijk al aan de gang, omdat grote vraagstukken als klimaatverandering, arbeidsparticipatie en mobiliteit blijven liggen. "Zeventig procent van de wereldbevolking woont in de grote steden, die ook nog eens vaak aan een delta liggen. Je kunt dus gewoon niet om de vraagstukken heen. We moeten de klimaatverandering keren en gaan nadenken over herverdeling van werk, vermogen en inkomen."

Zelf probeert Zandwijk zijn steentje bij te dragen sinds hij zich bewust is geworden van het belang van een

gezonde leefomgeving. Dat bewustzijn ontstond niet door één bepaalde gebeurtenis, maar kwam met de jaren. Daarna ging het wel snel.

Dutch begeleidt als consultant organisaties bij het maken van transities. Naarmate bijdragen aan een betere wereld Zandwijks levensthema werd, is het accent meer komen te liggen op de transitie naar duurzaamheid en sociaal ondernemerschap. Dutch lijkt ook niet toevallig te vinden op de Eemlandhoeve van Jan en Maaïke Huijgen in Bunschoten. De Eemlandhoeve staat in alles symbool voor de kant die het volgens Zandwijk uit moet: van 'groot, groter, grootst' naar 'klein, beter, best'. Alles op de hoeve staat in het teken van dichtbij de natuur. Maar het is ook een ontmoetingsplek. En een plek om tot jezelf te komen.

RECHTSBREINIG

In het voorwoord van zijn boek schrijft Zandwijk: "De Directiefluisteraar is

geen managementboek. Ik zou de lezer graag willen inspireren, om los te komen, om weer lucht te hebben, om te leren. In de lijn van 'Zing, vecht, huil, bid, lach, werk en bewonder', zou ik willen afsluiten met 'Lees, kijk, zoek, vind, leef, werk en verwonder'. Maar bovenal: volg je hart."

Zandwijks boek is één groot pleidooi voor de 'rechtsbreinige' waarden. Zijn inspiratie vond Zandwijk in het boek *A Whole New Mind, Why Right-Brainers Will Rule the Future* van Daniel Pink. Zandwijk is gaan praten met Nederlandse vernieuwers aan de hand van de zes essentiële zintuigen in de rechterhersenhelft die Pink noemt: design, spel, verhaal, empathie, symfonie en zingeving. "Ik ben onder meer gaan praten met topkok Jonnie Boer. Vanuit zijn creativiteit komt Jonnie bij heel andere essenties van het eten." Zandwijk was zelf niet zo bezig met gezond eten totdat hij voor zijn boek sprak met Boer. "Maar nu zit ik er fanatiek in.

Vlees vormt een zware belasting voor het milieu. Er moet een versnelling komen in de transitie van dierlijke naar plantaardige eiwitten.”

Dutch stapte in Beebox, een abonnementsysteem voor biologisch voedsel waarin de boeren een faire prijs krijgen en de consument beter eten. Beeboxen zijn te bestellen bij Willem&Drees. Willem Treep en Drees Peter van den Bosch zetten in 2009 in Amersfoort de eerste stap op weg naar een gezonde voedselketen. Lokaal geproduceerde groenten en fruit krijgen een plek in de supermarkt. Inmiddels levert Willem&Drees Beeboxen aan supermarkten als Jumbo, Spar en Coop.

WEES CREATIEF

Zandwijk gelooft dat de samenleving met een beetje creativiteit veel van de hedendaagse milieu- en sociale problemen kan oplossen. Hij geeft een paar voorbeelden. “Uit onderzoek blijkt dat auto’s 95 procent van de tijd stil staan. Wat ligt er dan meer voor de hand dan autodelen? We weten dat 85 procent van de ongelukken wordt veroorzaakt door mensen met minder dan vijf jaar rij-ervaring. Dan kun je bij autodelen prima een dynamisch verzekeringsproduct ontwikkelen.”

Andere mogelijke oplossingen: “Een hele startersgeneratie dreigt te worden uitgesloten van een eigen huis. Waarom bouwen we geen betaalbare woningen in een fabriek? En thuiszorg en thuishulp blijken prima te kunnen worden geleverd door buurtteams. Maar nog steeds domineren de grote thuiszorgorganisaties, die ver van de cliënt afstaan.”

Naar bruto universeel geluk

Uit het gesprek van Meino Zandwijk met Tinkebell in ‘De Directiefluisteraar’:
Meino: “Succes wordt nog steeds vaak aan geld gekoppeld. Veel van de ‘pakken’ zullen jou daarom wegzetten als een dromer, je niet serieus nemen, maar ik denk dat de onderstroom dit ook echt wil: geloven in het onmogelijke, alles te kunnen realiseren.”

Tinkebell: “Staan ze daar dan open voor?”

Meino: “Die onderstroom zeker. Alleen kan het misschien niet direct, omdat ze met dat geld of die hypotheek zitten. Dat is voor hun de norm. Voor veel anderen – misschien zelfs wel het grootste deel? Nee. Zij kunnen echt niet de straat inrijden met een oud autootje, dat moet een Audi A6 zijn. Dat is hun norm. Wij zeggen dat ze daar van weg moeten bewegen. Dus zullen heel veel mensen daarna een oordeel hebben over jou of mij, maar de norm moet geluk worden. Geld, AEX en het bruto nationaal product zijn de norm, maar we moeten naar bruto universeel geluk.”

VANUIT DE BASIS

Zandwijk ziet dat bestaande belangen vernieuwing tegenhouden. “Neem de gaswinning in Groningen. Met de mond wordt beleden dat het anders moet, maar ondertussen worden dingen verzonden om toch maar vooral te kunnen doorgaan. En we weten dat vliegen verantwoordelijk is voor een belangrijk deel van de luchtvervuiling. Maar in plaats van het aantal vluchten te reduceren, zoekt Schiphol uitbreiding in Lelystad. Het is ook wel verleidelijk: een vliegticket naar Parijs kost niet veel meer dan een kaartje voor de Thalys.”

Uiteindelijk moet verandering ontstaan vanuit de basis; mensen moeten de trein naar Parijs nemen in plaats van dat ‘goedkope’ vliegtuig. Maar: nog te weinig mensen zijn echt bewust bezig met milieu en maatschappij. Zandwijk: “Momenteel heb je het over tien procent van de mensen. Pas als 20 tot 25 procent met hun portemonnee gaan stemmen, gaat het hard.”

VOLGENDE GENERATIES

Zandwijk is optimistisch dat de doorbraak er komt. Hij denkt wel dat het de volgende generaties zullen zijn die de echte push gaan geven. “50plus is toch de generatie die de wereld heeft gemaakt tot wat ze nu is en moeite heeft om te veranderen.”

Cruciaal is dat jonge mensen worden gestimuleerd bij de ontwikkeling van hun rechtsbreinige waarden. “Heel lang heeft de maatschappij gesorteerd op gestructureerde, volgzaam mensen. De uitdagingen waar wij voor staan, doen een beroep op andere waarden zoals kunnen associëren, creativiteit, verbinding. Zijn mensen nieuwsgierig? Zijn ze leergierig? Willen ze creëren? Dat zullen veel meer de criteria moeten zijn dan de oude zakelijke linksbreinige waarden.” ■

**“DE UITDAGINGEN WAAR WIJ VOOR STAAN, DOEN
EEN BEROEP OP WAARDEN ZOALS KUNNEN
ASSOCIËREN, CREATIVITEIT, VERBINDING”**

