

Manon van Leeuwen

VOOR DUURZAAMHEIDSSTRIJERS

GREEN HEARTS GREAT BUSINESS

De magische formule om
teams in **beweging** te krijgen

VANDUUREN
MANAGEMENT

INHOUDSOPGAVE

Voorwoord	8
Inleiding	11
HOOFDSTUK 1	
Rising stars	
– De CEO's of the future	16
HOOFDSTUK 2	
De dilemma's van de duurzaamheidsstrijder	
– De tien meest gemaakte fouten	42
HOOFDSTUK 3	
Waarom doen ze zo?	
– We zijn holbewoners in een klimaatcrisis	68
HOOFDSTUK 4	
Liefdevolle organisaties	
– Over mindful leidinggeven	96
HOOFDSTUK 5	
De kunst van het raken	
– Laat groene harten shinen	124
HOOFDSTUK 6	
GHEART	
– De magische formule voor duurzame verandering	152
HOOFDSTUK 7	
Bonusmateriaal om aan de bak te gaan	
– Praktische tools om direct te kunnen starten	178
Slotwoord	188

VOORWOORD

Het is oktober 2016. Ik plof na een dag hard werken op de bank en beland zappend bij de docu 'Before the flood'. Bij de aftiteling voel ik de tranen van schaamte op de plastic verpakking van mijn aangebroken zak stroopwafels druppelen. Ik krijg de ogen van de hardwerkende vrouwen uit de naaiateliers niet meer van mijn netvlies. Ik hoor hun baby's huilen tussen de resten stof op de grond. Hun verbaasde woorden zijn een mantra geworden: *'Jullie in het Westen willen altijd maar meer.'* De afstandsbediening heb ik nog steeds in mijn hand.

Mijn laptop ligt naast me op de bank. Ik moet een belangrijke meeting voor morgen voorbereiden, maar scroll misselijk naar de tweede docu. Ik wil hier meer van weten. Ik zie de kleurstof van mijn jurkjes, tassen en schoenen met duizenden liters de rivier in gaan. Ik zie mensen werken in fabrieken die instorten. Fabrieken waar elk uur boten arriveren met de ongedragen retouren uit het Westen. Fabrieken die massa's CO₂ uitstoten voor onze jassen, tassen en jurken. En ineens zie ik mijn enorme bijdrage aan de catastrofale verstoring van het leven op onze planeet. Ik moet iets doen en besluit tot mijn 50e verjaardag geen nieuwe kleding meer te kopen. Ik start een challenge van ruim een jaar.

Mijn kast ruim ik drastisch op. Mijn team denkt dat ik gek geworden ben. Mijn zus en vriendinnen lachen me uit. Ik mag van mezelf tweedehandskleding kopen van de opbrengst uit mijn eigen kast. Ik koop me suf op Marktplaats en word een vaste bezoeker van vintage stores.

Tot ik afkick en begin te genieten van minimaal en secondhand. Ik hou van pre-loved. En van de rust in mijn hoofd tijdens de uitverkoop. Van een inbox zonder aanbiedingen. En van een onverwacht groeiende bankrekening.

Mijn team lacht, maar vindt tweedehandsbedrijfskleding een stap te ver. Mijn zus en vriendinnen zijn verbaasd en beginnen second-hand te ontdekken. Ik breng wat in beweging.

Als beloning geef ik mezelf voor mijn 50e verjaardag een reis van vijftig dagen naar Nicaragua. Ik ga Spaans leren, vrijwilligerswerk doen en weer eens heerlijk backpacken. Daarna mag ik weer shoppen. Enthousiast vertel ik het mijn zus. Ze vindt het gek en ook eng. 'Maar als jij het leuk vindt, vind ik het leuk voor jou,' zegt ze.

Mijn backpack vol tweedehandsshirtjes is op zolder blijven staan. Op mijn 50e verjaardag neem ik totaal onverwacht en heel plotse-ling afscheid van mijn zus. Hersenbloeding. Bam. Weg. Mijn grote, kleine, vrolijke en lieve zus. Mijn wereld stort in. Het vliegtuig naar Nicaragua heeft een lege stoel. Ik begin aan een heel andere reis. Een die me leert overleven en het leven lief te hebben. Een die me leert vooruit te kijken en de aarde te respecteren. Een die me laat zien dat elke keuze telt.

Om te dealen met mijn enorme verdriet, zoek ik afleiding en ver- slind stapels boeken, docu's en luister naar podcasts over climate change. Duurzaam leven en werken wordt een thema waar ik alles van wil weten. Ik volg trainingen en ga lezingen geven als klimaat-coach en spreker van De Verborgene Impact. Als zorgbestuurder schrik ik van de enorme impact van de zorg en word ambassadeur duurzaamheid bij vws.

De zorgbedrijven waar ik bestuurder ben, ga ik vergroenen. Enthou- siast als ik ben, vlieg ik er met volle vaart in. En daar ondervind ik voor het eerst de enorme weerstand tegen duurzame maatrege- len. De vegalunch wordt een OR-kwestie. Het opruimen van de watertanks ook. De post laten ophalen door de fietskoerier is oké. Zonnepanelen op het dak ook. Maar kom niet aan de lunch, de kof- fie, koud water, bedrijfskleding of de iPhone. Dat is een stap te ver.

Behavior change wordt mijn nieuwe passie. Wat drijft mensen om hun gedrag voor een betere toekomst vandaag al te veranderen? Duurzaam leven en werken zou moeten gaan over meer en niet over minder. Het zou moeten voelen als een feest en een beloning.

Ik ga hierover schrijven en spreken en start in 2019 de onderneming Zustaina waar we bedrijven blij maken met personeelsattenties met een goed verhaal. Daar begint de echte reis naar behavior change in de praktijk. Het is een familiebedrijf en ook dat zet me aan het denken. Families zijn gericht op verbinden, voor elkaar zorgen, delen en rekening houden met de gevolgen van je gedrag voor een ander. Dat lijkt te verdampen zodra mensen een kantoor of ziekenhuis binnenstappen. Vreemd.

Gedrag veranderen blijkt makkelijker als je hard wordt geraakt. Dat gebeurde mij. Nieuwe kleding heb ik nooit meer gekocht. Ook al zijn bamboe onderbroeken niet echt sexy. En scheuren tweedehandsrokjes op de naad als je net twee kilo te veel meesjouwt. Op de ov-fiets ademt polyester uit 1970 ook niet zo lekker. Maar de gescoorde tweedehandsrokjes en -jurkjes zijn allemaal even leuk en hebben een verhaal. Een verhaal dat ik er zelf bij fantaseer. Ze hebben zakelijke deals gesloten. Mijn broeken met flairpijpen zijn op festivals geweest. Mijn vintagerokjes hebben in Parijs gewoond en mijn leren jasjes hebben achterop een motor gezeten.

Daarom begint elke dag weer met een glimlach. Een glimlach omdat ik de blijdschap kan voelen bij mijn nieuwe manier van leven en werken. Een glimlach omdat ik kwartjes zie vallen bij de teams waar ik mee werk. Een glimlach omdat ik groene harten zie shinen. En teams duurzaam zie vlammen. Een glimlach omdat ik 46 jaar de allerleukste zus heb gehad.

Die glimlach gun ik jou ook. En je team. En de board. En ons allemaal.

Veel leesplezier.

Manon van Leeuwen

Overal waar ik het in dit boek heb over hij, kan ook zij of hen worden gelezen.

INLEIDING

Duurzaamheid? Laten we het er alsjeblieft niet meer over hebben. Eens. Weer een boek over weerstand tegen verandering op de werkvloer? Is daar niet al genoeg over geschreven? Ook eens.

Dit boek gaat niet over duurzaamheid. Dit boek gaat ook niet over weerstand tegen verandering. Dit boek gaat over emotioneel raken. Over impact maken met de juiste tools. Over groene harten laten shinen. Over teams laten vlammen omdat ze voelen wat belangrijk is. Dit boek gaat over motivatie, emotie en anders denken. Over mindful werken en geraakt worden. En nee, dit is niet zweverig. Je hoeft ook niet te gaan mediteren op je werk. Het mag overigens wel.

Over weerstand tegen verandering zijn stapels boeken geschreven. Weerstand tegen duurzame maatregelen is nieuw en kun je niet aanpakken met de bekende managementtheorieën. Waarom niet? Omdat dit voor het eerst gaat over gedragsverandering die noodzakelijk is voor een situatie die zich in de toekomst gaat afspelen. Gedragsverandering waar een lange adem voor nodig is die wel snel op gang moet komen. En daar heb je emotie en motivatie voor nodig. Dopamine en energie. Om groene harten te laten shinen. Dat is waar dit boek over gaat.

Er zijn boeken geschreven over duurzaam ondernemen waarin wordt uitgelegd wat je met je bedrijf moet doen om de CO₂-checklisten te kunnen afvinken. Er zijn boeken over klimaatpsychologie en duurzame (morele) ambitie, die uitleggen hoe de gedragspsychologie in elkaar zit. Maar er is nog geen enkel boek dat praktische handvatten geeft om de boel op een positieve manier in beweging te krijgen door medewerkers te raken. Door het verhaal op zo'n manier te vertellen dat het groene harten laat shinen. Zodat duurzaam werken en leven een feest wordt. Moeilijk? Niet echt. We houden van verhalen. We kochten vorig jaar 32 miljoen bioscoop-

kaartjes en Netflix en Videoland draaien overuren. We houden van betovering. Van geraakt worden. En daar gaat dit boek over.

Je hebt dit boek in je handen, dus je werkt waarschijnlijk in een organisatie die maatschappelijk verantwoord wil ondernemen. Jij bent in de bijzondere positie terechtgekomen dat je daar een bijdrage aan mag leveren. Gefeliciteerd! Want de transitie gaat veel te traag en om die te versnellen hebben we mensen zoals jij nodig. Mensen die geraakt zijn en willen omdenken. Minder vanuit het individuele of bedrijfsbelang en meer vanuit het collectief. Minder vanuit competitie en meer vanuit samenwerken. Net als in een liefdevolle familie – en dat is waar dit boek over gaat.

Want het is niet altijd makkelijk voor de pioniers zoals jij. Sterker nog, het is bijzonder ingewikkeld om alle medewerkers in een organisatie enthousiast te krijgen voor duurzame initiatieven. Dat merk ik ook, keer op keer. Het is zweten geblazen om *sustainability* hoog op de agenda van de board te houden. En als je pech hebt, komt er ook nog een anti-beweging op gang, omdat we het woord 'duurzaamheid' niet meer kunnen horen. Begrijpelijk. Het gaat te vaak over druk en dwang. En daar hebben we genoeg van.

Omzet en winst zijn belangrijk. Soms nog belangrijker dan investeren in duurzame bedrijfsvoering. Laat staan in duurzaam gedrag van medewerkers. En dat is moeilijk. Jij ziet dat de tijd dringt. Je staat in het marathonvak, maar moet een sprintje trekken. Je doet keihard je best. Maar je voelt je alleen. Je vraagt je steeds vaker af waarom je eigenlijk zo nodig de aarde wil redden. Ik sprak tientallen mensen voor dit boek. CSO's, MVO-managers, ESG-leads en andere duurzaamheidsstrijders, friskijkers en dwarsdenkers. Dank, Jan Rotmans, voor deze mooie terminologie. Conclusie? Er worden stapjes gezet. En je bent niet alleen.

Als je de magische GHEART-formule (zie hoofdstuk 6) volgt en zorgt dat collega's geraakt worden, komen ze in beweging. Dan willen ze diep vanbinnen niet anders meer. Het gaat om intrinsiek voelen. Het gaat om emoties, want die creëren energie. Alleen dan komen mensen in beweging en zijn ze klaar voor gedragsverandering. Dit gaat over storytelling en de kunst van het raken. Ik ben er het

levende bewijs van. In de reclamewereld weten ze al een tijdje hoe dit werkt. Met die technieken, mijn eigen ervaring en een vleugje gedragspsychologie, leer je supersimpele technieken die je kunt inzetten om je doelen te behalen. Zodat jij vanavond ook weer kunt slapen. Want samen gaan we de wereld echt een stukje mooier maken.

Jouw groene hart straalt al. Jij bent ergens geraakt onderweg. Jij doet er alles aan om de regels van het spel te veranderen van winst naar waarde. Je wil de ESG-doelstellingen halen. CSRD hijgt in je nek. En het gaat je niet snel genoeg. Natuurlijk lig je daar wakker van. Wist je dat jouw persoonlijkheid een aantal interessante kenmerken heeft? Je zit niet voor niets op deze positie. Je bent een *rising star*. De 'CEO of the future', daar lees je alles over in het eerste hoofdstuk.

Je bent niet voor niets ongeduldig, dat past bij je profiel. Je hebt energie en visie. En je begrijpt niet waarom collega's massaal thuiswerken op Vega Vrijdag of niet in het ov stappen. De moed zakt je in de schoenen als je slechts drie aanmeldingen krijgt voor de 'fiets-naar-je-werk-dag'. En de tranen springen in je ogen als je ontdekt dat het aantal vluchten weer op het niveau van 2019 zit. Stop met tobben en maak van jouw dilemma's eenvoudig haalbare dromen. Tijdens de tientallen gesprekken die ik voerde met friskijkers, dwarsdenkers en duurzaamheidsstrijders, ontdekte ik een rode draad. De top-10 dilemma's was snel gemaakt. Ik noem het in hoofdstuk 2 met een knipoog 'de meest gemaakte fouten van de duurzaamheidsstrijder'. Zoals Cruijff al zei: 'Je gaat het pas zien als je het doorhebt.'

We zijn mensen en we leggen de verantwoordelijkheid van nature liever buiten onszelf. Dan hoeven we niet te veranderen. Daar kunnen we niets aan doen. Want als we niet zeker weten dat de nieuwe koers iets positiefs oplevert, doen we liever niets. Dat komt door ons oerbrein. Door verliesaversie en belemmerende overtuigingen. Door het gewoontedier en de professor in ons hoofd. We zijn nog steeds holbewoners in een moderne samenleving. We willen in de

basis eten, schuilen en voortplanten. We zijn geprogrammeerd om risico's te mijden en energie te sparen voor die tijger die ineens de grot in kan komen. We sparen liever geen energie voor een groene toekomst ergens in 2030. We moeten betoverd worden om in actie te komen. We hebben sterrenstof nodig. Tinkelbel met haar toverstokje moet aan het werk met de professor en het gewoontedier. Blader snel naar hoofdstuk 3 om te begrijpen hoe ons brein werkt en waar jij kunt gaan strooien met sterrenstof.

Werk je bij een bedrijf met liefde voor een hoger doel? Zo'n organisatie waar medewerkers geen human resources zijn, maar een groep mensen die samenwerken met purpose? Bij een familiebedrijf? Dan hoef je dit boek waarschijnlijk niet te lezen en worden zelfs de duurzaamheidsmaatregelen liefdevol ontvangen. We doen elkaar nou eenmaal graag na. Zeker als je Green Teams gaat inzetten die de voortrekkersrol vervullen. Deze mensgerichte en liefdevolle organisaties zijn de woest aantrekkelijke werkgevers van nu. Het zijn de werkgevers waar Gen Z voor de deur staat te trappelen om te komen werken. En die heb je hard nodig voor de transitie. Als je een bedrijfscultuur wil gaan creëren waarin de mens centraal staat, zijn liefde, lef en leiderschap nodig. Want natuurlijk stuiten veranderingen ook nog weleens op weerstand in deze organisaties. Tenzij jij mindful leiding gaat geven aan de verandering. De energie die dan vrijkomt, is magisch. Zweverig? Valt mee. Hoofdstuk 4 is juist lekker praktisch. Geen zorgen.

Het is dus de kunst je inspiratie goed te laten landen. Gedrag wordt gestuurd door emoties. Je wil de boel in beweging krijgen. Je wil ze raken. Want geraakt worden is een krachtige drijfveer voor gedragsverandering. Omdat emoties zoals angst, vreugde of verdriet vaak direct leiden tot actie of een verandering in houding. En dat is interessant als je je team of de board enthousiast wil krijgen voor je nieuwe plannen. Storytelling. Pak de boodschap in en laat hem landen. Dat noem ik 'de kunst van het raken'. Hoe je dat doet, lees je in hoofdstuk 5.

Een geslaagd duurzaamheidsbeleid hangt voor 40 tot 70 procent af van het gedrag en de mindset van medewerkers. Unlocken die groene power dus! Als je alle tips uit de eerste hoofdstukken ter harte neemt, kom je een heel eind. Ik noem het 'de magische formule' en heb het gevat in de GHEART-methode. Lekker praktisch aan de slag in hoofdstuk 6.

Ready for some action? Ik geef je in hoofdstuk 7 een uitgebreide toolkit mee zodat je morgen ook echt aan de slag kunt. Met checklists, bewustwordingscampagnes, duurzame dagen, games, challenges en tips. Ik laat je zien hoe je kunt bouwen aan de organisatie van jouw dromen. En je weer lekker kunt slapen.

Ik heb dit boek voor jou geschreven om je moed te geven en vol te houden. We hebben mensen zoals jij nodig. Rising stars. CEO's of the future. Keep up the good work. Als je dit boek uit hebt, sta je elke ochtend op met een glimlach. Mark my words. Een glimlach omdat je blijdschap kunt voelen bij het uitoefenen van je job. Een glimlach omdat je kwartjes ziet vallen bij je team. Een glimlach omdat je groene harten laat shinen met een gouden randje door je sterrenstof.

Geef je boek met die glimlach vooral door aan de volgende strijder.

Ben je er klaar voor? Go for it!

HOOFDSTUK 1

RISING STARS – DE CEO'S OF THE FUTURE

It all begins with a good story

T ranen lopen over m'n wangen als ik Lee Towers 'You'll Never Walk Alone' hoor zingen. Het zal de leeftijd zijn, mijn Rotterdamse roots of gewoon de zenuwen. Ik vind het prachtig hier in m'n startvak op de Coolsingel voor de marathon. Het startsignaal klinkt, ik omhels m'n vakgenoten, wens iedereen succes en begin te lopen. De zon schijnt. We dribbelen wat. En dan is er ruimte. Ik versnel en kom in een stevig ritme. Ik denk terug aan gisteravond. 'Waarom ga je eigenlijk niet gewoon van start morgen bij de marathon in Rotterdam?' Ik kijk naar Inge, mijn meest sportieve vriendin die tegenover me aan tafel zit. Ze schenkt onze glazen nog een keer vol. Ze kijkt me vragend aan. Doe. Natuurlijk ga ik niet starten morgen. Ik heb m'n voeten aan gort gelopen tijdens de halve marathon drie weken geleden. M'n blaren zijn net geheeld. Ik heb nooit meer getraind en net een halve fles wijn soldaat gemaakt. 'Je hebt een startnummer en een vak,' gaat ze door. 'De sfeer is geweldig. Dan loop je er gewoon 10. Ga genieten van dat stuk.' Ik lach en knik van niet.

En nu loop ik toch hier. De muziek en de stem van Lee zorgen voor een vliegende start. 10 kilometer. Dat is te doen. Bij het poortje voor de 10 voel ik alleen maar energie. Ik heb stevig doorgelopen en besluit er 15 van te maken. Bij het poortje voor de 15 voel ik me nog steeds super en ga door voor de 20. De Rotterdammers op Zuid schreeuwen de longen uit hun lijf om me aan te moedigen. Wat hou ik van ze. De trommels in de tunnels zorgen voor kippenvel. De druiven, aardbeien en bananen geven me vleugels. Bij 20 ga ik naar 25. Bij 25 ga ik naar 30. Mijn snelheid is absurd. Zo hard heb ik nog nooit gelopen. Ik geniet van de mensen, van de stad. En van m'n benen.

Bij 33 loop ik de Willemsbrug op en bovenop hoor ik een knak. Niet één, maar twee. Niet twee, maar bij elke stap die ik zet weer één. De pijn komt uit m'n heupen en giert door m'n lijf. Ik moet stoppen en kan alleen nog wandelen. Twee studenten met afgetrapte gymbies

stompelen voor me en wandelen met me mee. Ze klagen over de hoeveelheid drank die ze de vorige avond hebben gedronken. Door de pijn worden we vrienden. We hebben hetzelfde doel. We geloven dan nog dat we de finish ook wandelend nog wel halen binnen de tijd. Ze geven me een opknabbananaantje en een arm. ‘Samen komen we er wel,’ zegt Tom. ‘De menigte draagt ons,’ zegt Sven. Ik wil ze graag geloven. Maar ik weet dat het te laat is. Toch geef ik niet op. Ik wil er alles aan hebben gedaan. Ik moet denken aan een uitspraak van Anita Neville, CSO van Golden Agri Resources: *‘My job is a marathon, not a sprint. But we are being asked to sprint a marathon.’*

Lees dit eerste hoofdstuk als je benieuwd bent naar het profiel van al die mensen die binnen organisaties willen verduurzamen. Dit gaat over jou en je collega-duurzaamheidsstrijders. Over de overeenkomsten in jullie persoonlijkheidskenmerken en waarden. Over de identiteit die je hebt en de verhalen die je over jezelf vertelt. Het wordt duidelijk waarom juist jij op deze positie zit. Of waarom je deze rol ambieert. Dit gaat over friskijkers en dwarsdenkers. Over hun dromen en ambities. Dit gaat over jou.

Na het lezen van dit hoofdstuk heb je jezelf beter leren kennen en begrijp je hoe je met jouw persoonlijkheid effectief met het gedrag en de houding van je collega's kunt omgaan.

Rising stars – de CEO's of the future

1 OVER FRISKIJKERS, DWARSDENKERS EN DUURZAAMHEIDSTRIJDERS

Ik schuif de gordijnen opzij en zie hoe de zon de witte bergtoppen verlicht met haar oranje gloed. Het is hier prachtig. Het is hier 15 januari 2024. Mijn verjaardag en de uitreiking van de CSO (Chief Sustainability Officers) Awards tijdens het openingsgala van het World Economic Forum (WEF) in Davos. De top-100 CSO's is uitgenodigd en ik mag erbij zijn. Het WEF wordt gezien als het elitefeestje in de Zwitserse bergen. Met sneeuwtoppen die aan het eind van deze eeuw voor de helft zijn gesmolten. Zelfs als het Klimaatverdrag van Parijs wordt gehaald. Toch ben ik er, ook al voelt het dubbel. Ik voel me geen onderdeel van een uitverkoren groep bevoorrechte mensen. Ik voel wel dat we keihard aan de bak moeten. Elite of niet.

Het WEF wordt al jaren bekritiseerd vanwege de dubbele moraal. Klimaat staat hoog op de agenda, terwijl duizenden mensen zich laten invliegen – veelal met hun privéjet. Toch stap ik de prachtige zaal binnen. Ik drop voor één avond het beeld van de rijken en machtigen die zich hier met privéjets verzamelen. Ik laat het beeld los van een eliteclubje dat hier bijeenkomt om als oppermachtigen een nieuwe wereld te creëren. Vanavond gaat het om duurzaamheid en worden Sustainability Officers in het zonnetje gezet. Duurzaamheidsstrijders die het anders willen. Friskijkers en dwarsdenkers. Ik wil weten wat hen beweegt en wie ze zijn. Dus gooi ik mijn hakken en tweedehandsglitterjurk in mijn tas en ruil mijn skipak in voor een galaoutfit.

In het prinsessenhotel boven op de berg word ik hartelijk welkom geheten en kijk ik mijn ogen uit. De CSO's stralen als sterren op de berg. De dames dragen prachtige galajurken. Mannen een strik. De dresscode is 'festive'. Of course. Het is een feest, een viering van hun bijdrage aan duurzame bedrijfsvoering. Deze mensen werken bij grote Europese bedrijven en zijn pioniers in de transformatie naar duurzaamheid. Ze durven te experimenteren. Ze willen volharden en streven naar positieve impact.

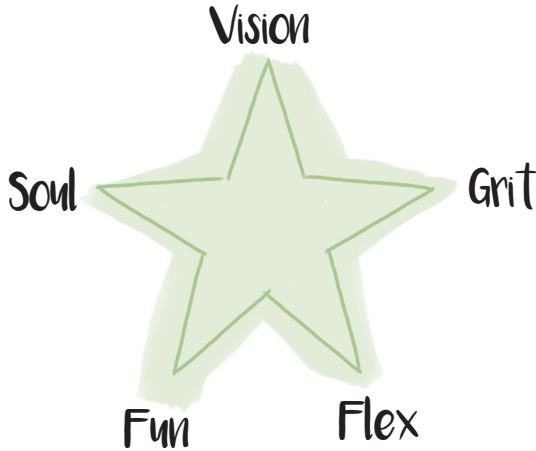
Volgens een rapport van PwC¹ uit 2023 is het aantal CSO's sinds 2021 verdrievoudigd. En toch heeft nog maar 30 procent van de grote Europese bedrijven een CSO. Sandrine Dixon, copresident van de Club van Rome, opent het gala met deze woorden. Ze verbaast zich over deze cijfers. 'Jullie zijn de CEO's of the future,' zegt ze. 'Sustainability zou geen aparte portefeuille moeten zijn, maar onderdeel van de verantwoordelijkheid van de CEO. Dat zijn jullie. De rising stars.' Er klinkt applaus. Wie zijn deze strijders? Wat motiveert hen? De champagneglazen worden gevuld met biologische prosecco. De vegetarische soep wordt opgediend. Ik ga op onderzoek uit.

Vlak voor vertrek lees ik het boek *The Solutionists* van Solitaire Townsend. De vrouw die al meer dan twintig jaar 's werelds grootste merken inspireert om op een duurzame manier te groeien en bij te dragen aan een betere wereld. 'Solutionists' zijn volgens haar de oplosers van de maatschappelijke problemen waar we vandaag de dag mee geconfronteerd worden. Ze zijn curious. Een beetje vreemd en nieuwsgierig naar de wereld om hen heen. In haar boek gebruikt ze een model dat ze de 'Solutionist Star' noemt. Sterren stralen. Net als de rising stars. Dat zal geen toeval zijn. Ze brengen de glans die we zo hard nodig hebben. En dat is precies wat ik terughoor in de zaal. Ik voel de gedrevenheid en de passie. Het zijn strijders, allemaal. Ze kijken anders en fris naar de nieuwe wereld. Ik noem ze in dit boek dan ook 'duurzaamheidsstrijders'.

THE SOLUTIONIST STAR

- Vision – Purpose, gefocust op de toekomst, geïnformeerd
- Grit – Gedreven, hardwerkend, commitment
- Flex – Inventief, adaptief en lerend
- Fun – Vrolijk, houdt van werken, helder
- Soul – Activistisch, heeft een roeping, gepassioneerd.

1 <https://www.strategyand.pwc.com/de/en/functions/esg-strategy/empowered-chief-sustainability-officers.html>



De duurzaamheidsstrijders die ik spreek, zijn vrolijke change agents. Heldere denkers met focus. Ze begrijpen dat hun acties voor de lange termijn zijn en blijven focussen op de toekomst. Ze kunnen op verschillende niveaus schakelen en spreken de taal van de board en de vloer. Ze zijn intrinsiek gemotiveerd om duurzaam te leven en doen dat ook. Ze tikken de punten aan van de Solutionist Star.

Het is in ieder geval niet het standaardbeeld van de sociale, empathische en altruïstische wereldverbeteraar. Ook al hadden zij die droom als klein meisje wel allemaal al, hoor ik later. Van dit model spat de energie en positiviteit af. Dit model laat zien dat een lange adem en inlevingsvermogen key zijn. En dat is ook wat ik terughoor in Nederland, tijdens de gesprekken met de tientallen CSO's, ESG-leads en MVO-managers die ik heb gevoerd voor dit boek. Het zijn enthousiastelingen. Gedreven en gecommitteerd aan het grote doel. Duurzaamheidsstrijders met een missie. Of zoals Jan Rotmans in zijn boek *Omarm de chaos* zegt: 'We hebben friskijkers en dwarsdenkers nodig.' *Friskijkers* definieert hij als mensen die buiten de gebaande paden durven kijken en innovatieve oplossingen aandragen. Terwijl *dwarsdenkers* de mensen zijn die bestaande structuren uitdagen. Beide groepen zijn volgens hem cruciaal om echte veranderingen in onze samenleving en economie teweeg te brengen. Met name als het gaat om duurzaamheid en klimaatbeleid. Ik ben het helemaal met hem eens.

We hebben ze nodig. Elke organisatie heeft een ‘sustainable star’ nodig in de board. Ze zijn het toonbeeld van wat het betekent om een duurzaam leider te zijn: vastberaden, inventief en altijd klaar om positieve veranderingen door te voeren. De CSO is de CEO van de toekomst. Stralend. Als een ster.

2 ER ZIJN OPVALLEND VEEL VROUWEN DIE STRALEN

Als ik thuis ben, spreek ik met Eva Ronhaar van de HEMA. Ze staat op de lijst genomineerden. Op mijn vraag hoe zij kijkt naar de invulling van haar rol, vertelt ze dat ze van nature heel energiek is en dat ze dat in deze rol moet combineren met resultaten die wat verder in de toekomst liggen. ‘Een geweldige uitdaging waarbij het allerbelangrijkste is dat je op een goede manier de moeilijke gesprekken kunt voeren. Om de transitie te kunnen maken met elkaar moeten we samen oplossingen bedenken. En dat kan alleen als je iedereen in zijn eigen taal aanspreekt,’ zegt ze. ‘HEMA hoort bij onze cultuur. De Nederlander heeft het over “mijn HEMA”. Als HEMA iets laat zien, kan dat enorme impact hebben.’ Eva is een sustainable star. Een duurzaamheidsstrijder die tweedehandskleding koopt, elektrisch rijdt en niet veel vlees eet. Ze wil heel duidelijk dat iedereen hier eigen keuzes in maakt. ‘Want als duurzaam leven betekent dat het alles of niets is, dan wordt het voor de meeste mensen niets,’ zegt ze vol overtuiging. Ik hoor vision, grit, fun en flex uit het model van The Solutionist. Ook zij heeft een droom. Ze wil de transitie maken naar een economie waarin winst de optelsom is van de ecologische, de sociale en de economische waarde van een bedrijf.

Weer in Nederland spreek ik met Marlou Leenders, head of sustainability van Randstad. Zij is ook zo’n lekkere energizer. ‘Onze footprint is niet megagroot,’ zegt ze. ‘Natuurlijk zijn we aan de slag gegaan met ledverlichting en afval scheiden. Maar we kunnen met mensen uitzenden veel meer sociale impact maken. We leiden nu mensen op in de circulaire economie. We plukken stiekem schaarse engineers weg bij de olieplatforms en zetten die in bij de windmolenparken,’ lacht ze. Ze bruist van de ideeën, is vrolijk, energiek en vasthoudend. Ze zegt: ‘Ik ben een beetje de interne activist

hier. Je moet de moeilijke zaken wel op tafel durven leggen. En altijd aan de lange termijn denken.' Ik hoor vision, grit, fun en soul. Wat ze met elkaar gemeen hebben, is een diepe intrinsieke motivatie om duurzaam te leven en te werken. Ze begrijpen dat hun acties voor de lange termijn zijn en blijven gefocust op de toekomst. En dat gaat niet altijd over één nacht ijs. En het is ook niet altijd rozengeur en maneschijn, om er nog maar een in te gooien. Wijziging van de board kan enorme impact hebben. En alle collega's in één klap enthousiast krijgen voor een elektrisch wagenpark is een utopie. De bedrijfskantine vegetarisch maken ook. Dat hoor ik wel van ze terug.

Over vegetarisch gesproken. Jumbo haalt in 2024 het nieuws. Als eerste Nederlandse supermarktketen stopt Jumbo met aanbiedingen op vlees. Ik spreek met Marianne Schutter. Ze is manager duurzaamheid bij Jumbo. Ze vertelt dat ze hard werken aan de verduurzaming van de keten. 'Daarnaast willen we minder verspillen en een goed werkgever zijn. We vinden gezondheid belangrijk en we steken veel energie in lokale verbinding. Met Valentijnsdag gingen er medewerkers naar eenzame ouderen met een boeketje om even een praatje te maken.'

De energie van Marianne is aanstekelijk. En ze voldoet aan het groen vrouwelijk stereotype. Ze heeft de boterhamzakjes lang geleden al herbruikbaar gemaakt en is een fanatieke afvalscheider. Ze heeft een tomeloze energie om mensen mee te krijgen. 'Tja,' zegt ze, 'ik zie ze weleens denken. Hebben we haar weer. Welkom in Utopia.' Ze lacht. 'Toch zie ik dingen veranderen. Maar je hebt een lange adem nodig. En je moet je heel goed kunnen verplaatsen in de belevingswereld van collega's en op verschillende niveaus kunnen communiceren. Met een collega in de winkel praat je anders dan met de directie. Een inkoper motiveer je niet hetzelfde als de financial controller. De een heeft feiten nodig, de ander een grap en een beetje zelfspot.' Ik hoor grit, fun en flex uit de Solutionist Star. En ze heeft een droom. Een supermarkt vol met producten die goed en toegankelijk zijn voor alle mensen en geen negatieve impact hebben op de aarde. De intrinsieke motivatie om duurzaam te handelen wordt vaak gevoed door persoonlijke ervaringen

en overtuigingen. Marianne vertelt dat ze het als kind al vreemd vindt dat ze naar binnen moet op de boerderij, als het vliegtuigje gaat sprayen boven de gewassen van haar vaders land. Eva vertelt dat haar vader haar al vroeg leert dat iedereen gelijk is, ongeacht afkomst of milieu. En zelf krijg ik al sinds mijn 12e geen hap vlees meer door mijn keel. De kinderjaren lijken een belangrijke basis te leggen om anders te denken.

Het valt op dat er zoveel vrouwen in de zaal in Davos zitten. Later lees ik dat vrouwelijke energie in een team zorgt voor meer aandacht voor duurzaamheid. En dat greenwashing minder vaak voorkomt bij bedrijven met dames aan de top. Interessant. Zijn er daarom zoveel vrouwen genomineerd? Zijn zij dan de drijvende kracht achter transitie binnen bedrijven? Ik stuit op een onderzoek van Hello-Fresh naar de gewoontes van Nederlanders op het gebied van duurzaamheid en voedselverspilling. Wat blijkt? Vrouwen nemen vaker hun eigen boodschappentas mee naar de supermarkt. Ze zijn vaker geneigd laptops, lichten en tv's uit te schakelen. Ze verspillen minder voedsel, letten op watergebruik en eten minder dierlijke producten dan mannen. Maar dat mannen vaker hun afval op de grond gooien en minder recyclen, is niet hun schuld. Volgens een onderzoek van Aaron Brough² hebben mannen een grotere ecologische voetafdruk dan vrouwen, omdat er zoiets bestaat als een groen vrouwelijk stereotype. Je eigen tas mee naar de supermarkt is meer iets voor vrouwen. Als kleine jongetjes met poppen spelen, vinden mensen dat gekker dan wanneer meisjes met Lego spelen. Dus omdat 'voor het milieu zorgen' vrouwelijk is, gooit een man niet zo snel alles in de juiste bak. Net zoals we cultureel gezien vlees eten lang hebben geassocieerd met mannelijkheid, stappen mannen nog steeds minder snel over op de vegaburger.

Terug naar de zakelijke kant van vrouwelijk leiderschap, zonder dat dit een boek over *female leadership* gaat worden. Daar zijn er voldoende van. Ik ben vooral nieuwsgierig. Waarom lijken er anno

2 <https://www.forbes.com/sites/carolyncenteno/2019/04/03/does-unconscious-bias-effect-our-sustainable-lifestyle-choices/>

2024 meer vrouwen de rol van duurzaamheidsstrijder te bekleden? Een belangrijk onderzoek van *Harvard Business Review*³ toont aan, dat vrouwelijke leiders tijdens de COVID-19-pandemie beter presteerden in crisissituaties dan mannen. Ze werden beter beoordeeld op dertien van de negentien competenties, zoals initiatief nemen, relaties opbouwen, besluitvorming en het behalen van resultaten. Deze werden gezien als cruciale eigenschappen voor het aanpakken van langdurige crises. Aha. Zoals klimaatverandering. Daarnaast bleek dat vrouwelijke leiders vaak een langetermijnvisie hebben en meer belang hechten aan duurzaamheidsdoelstellingen, terwijl mannelijke leiders zich vaker richten op kortetermijnwinst. Het is wat kort door de bocht en algemeen gesteld. Maar ik lees toch weer vision en grit uit de Solutionist Star. Vrouwen lijken meer geneigd om belangen van meerdere stakeholders – zoals het milieu en de samenleving – te integreren in hun besluitvorming.

Tegelijkertijd zijn de bedrijven die duurzaamheid belangrijk vinden ook gefocust op diversiteit en inclusiviteit. Of zoals Ingrid Faber, CEO van de Faber Group, zegt in een interview met Change Inc.: 'Ik geloof er heilig in dat het van belang is om een effectief en divers team te hebben, ook wat leeftijd en cultuur betreft. En ik vind het belangrijk dat je dan ook invoelende mensen in je team hebt, die verder kijken dan naar de winst alleen. Dat empathische zou je vrouwelijk kunnen noemen, maar ik zie ook vrouwen die dat helemaal niet in zich hebben. Ik denk niet dat als er een vrouw aan het hoofd van Shell staat, dat bedrijf meteen meer gaat verduurzamen.'

Het aantal mannelijke duurzaamheidsstrijders groeit. 'Gelukkig wel,' lacht Marlou van Randstad. 'Ik had in het begin bijna het omgekeerde diversiteitsgevoel bij de uitreiking van de MVO-manager van het jaar.' In de top-10 van dit jaar staan weer maar twee mannen. Door de toenemende druk van regelgeving, investeerders en maatschappelijke verwachtingen rond ESG, worden vooral in sectoren met hoge milieueisen – zoals de chemische industrie

3 <https://hbr.org/2020/12/research-women-are-better-leaders-during-a-crisis>

en de olie- en gasindustrie – en in de financiële sector nu steeds meer mannen in MVO-functies benoemd.

Mannen of vrouwen. Het maakt niet uit. Uit de vele gesprekken die ik met ze voer voor dit boek blijkt vooral een enorme intrinsieke motivatie voor natuur, milieu en rechtvaardigheid, die al vaak in de jeugd is ontstaan.

3 VAN RANGER BIJ HET WNF TOT CSO – EEN LEVENSLANGE MISSIE

‘Ik was 8 jaar oud en lid van de Rangers van het Wereld Natuur Fonds. Van jongs af aan had ik al het gevoel dat ik deel uitmaakte van iets groters.’ Jorick Bots, manager duurzaamheid & MVO bij ilionx, vertelt dat zijn kamer vol hing met posters van bedreigde diersoorten. En elke keer als zijn ouders een nieuwe brief van Foster Parents Plan ontvangen, vertelt hij iedereen in de buurt hoe belangrijk het is om mensen én de natuur te redden. Daan Moleenaar, directeur regulering en advies bij DCMR, begint te lachen als ik hem vraag naar zijn kindertijd. ‘Als klein jongetje liep ik al met mijn moeder mee naar bijeenkomsten van natuurbeschermingsorganisaties. Ik wist alles van de Rainbow Warrior, het schip van Greenpeace dat werd gebruikt voor protesten tegen nucleaire testen en walvisjacht.’ Herkenbaar? Voor Marije Klomp wel. Ze is in 2022 de MVO-manager van het jaar en nu verantwoordelijk voor sustainability bij de Radboud Universiteit. ‘Ik haalde als klein meisje geld op voor de schildpadjes en werkte bij de knaagdierenopvang van de dierenbescherming. Thuis hing ik posters op tegen de bio-industrie. En ik heb zelfs weleens posters van het plaatselijke circus weggehaald vanuit een kinderlijk soort activisme.’

Jouw eigen verhaal en identiteit beginnen al in de kindertijd of later op de universiteit of bij de eerste baan. Zo vertelt Bodine van Styrum, founder van SustainabilitySpot, dat ze op haar 11e jaar al naar *An Inconvenient Truth* kijkt en daar compleet van ondersteboven is. Coen Veenboer, CSR-analyst bij Strukton Group, vertelt dat hij door de inhoud van zijn studie ‘Global Sustainability Science’ wordt getriggerd. Als hij in die periode de podcast van De Correspondent met Rutger Bregman over idealisme luistert, ontstaat er

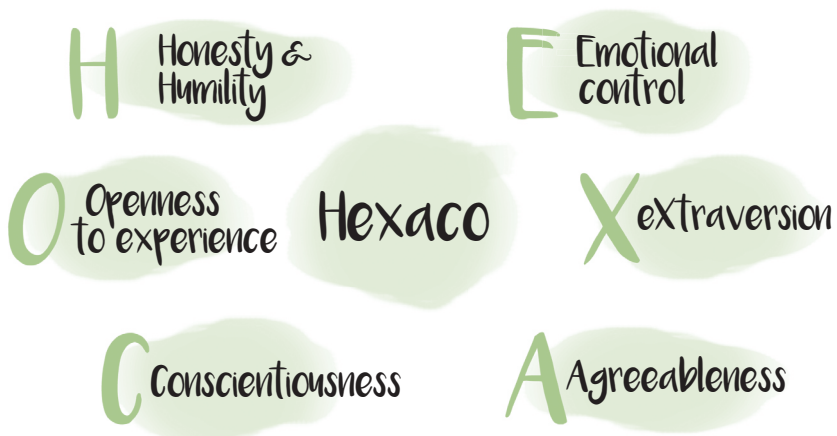
een kantelpunt. 'Dit ging over idealen en wat die waard zijn als je er niets voor wil opgeven. En toen dacht ik, ja daar heeft hij op zich wel een punt. Ik moet ook anders gaan leven.'

De manier waarop je in het leven staat, heeft alles te maken met je identiteit. Die is opgebouwd uit je persoonlijkheid, je waarden en wat je over jezelf vertelt. De Solutionist Star is born. Weet je nog? Je bent gefocust op de toekomst. Je bent gedreven. Je bent inventief en houdt van werken. Licht activistisch met een roeping. Maar wat is dan jouw persoonlijkheid? Wat zijn jouw waarden en welk verhaal vertel je over jezelf?

De basis is jouw persoonlijkheid

Met je persoonlijkheid word je geboren. Die wordt beïnvloed door je ouders in je vroege kinderjaren. Het zijn de stabiele eigenschappen die ons karakteriseren. HEXACO is een makkelijk persoonlijkheidsmodel dat zes dimensies van persoonlijkheid beschrijft waarop je kunt scoren. Dit model is een interessant raamwerk dat ik gebruik heb om de duurzaamheidskenmerken te interpreteren van de duurzaamheidsstrijders die ik heb gesproken.

Disclaimer: ik ben geen psycholoog en de duurzaamheidsstrijders die ik heb gesproken hebben geen persoonlijkheidstest afgelegd.



Het model heeft de volgende dimensies:

Honesty & Humility

Duurzaamheidsstrijders scoren over het algemeen hoog op integriteit en nederigheid. Ze zijn gedreven door oprechtheid, moreel leiderschap en altruïsme. Ze vermijden egoïstische motieven zoals status of materiële winst. Wat niet betekent dat ze geen geld willen of mogen verdienen. Ze zetten zich juist in voor een hoger doel dat verder gaat dan persoonlijke belangen. Ze zijn wars van manipulatie en hechten minder waarde aan sociale status of materiële rijkdom. Herken je dat?

Emotional control

Bij emotionaliteit wordt gekeken naar hoe gevoelig en kwetsbaar je bent. Sommige duurzaamheidsstrijders scoren hier hoog, omdat ze diep bezorgd zijn over de toekomst van de planeet en emotioneel betrokken zijn bij klimaatverandering. Anderen scoren lager, omdat ze meer rationeel en veerkrachtig omgaan met de uitdagingen waarmee we worden geconfronteerd. Hoe zit dat bij jou?

eXtraversion

Extraversie gaat over hoe energiek, sociaal en positief ingesteld iemand is. Duurzaamheidsstrijders scoren gemiddeld hoog op extraversie, omdat ze vaak actief mensen proberen te mobiliseren en bewustwording creëren en netwerken bouwen. Het leiden van initiatieven en het samenwerken met anderen vraagt vaak om energie en sociale interactie. Mensen die laag scoren, zijn meer gereserveerd en introvert. Altijd met dezelfde passie.

Agreeableness

Verdraagzaam en geduldig past heel erg bij duurzaamheidsstrijders. Ze zijn vaak vriendelijk, geduldig en vergevingsgezind in sociale situaties. Omdat ze werken aan oplossingen voor gemeenschappelijke problemen, werken ze graag samen. En zijn ze bereid om compromissen te sluiten of constructief de dialoog te voeren om hun doelen te bereiken.

Conscientiousness

Zorgvuldigheid beschrijft hoe georganiseerd, verantwoordelijk en doelgericht duurzaamheidsstrijders zijn. Omdat duurzame ambities vaak nauwgezette planning en een doelgerichte aanpak vereisen, zien we hier ook een hoge score. In de Solutionist Star zagen we gedrevenheid en grit al duidelijk terug in jouw pogingen om verandering teweeg te brengen.

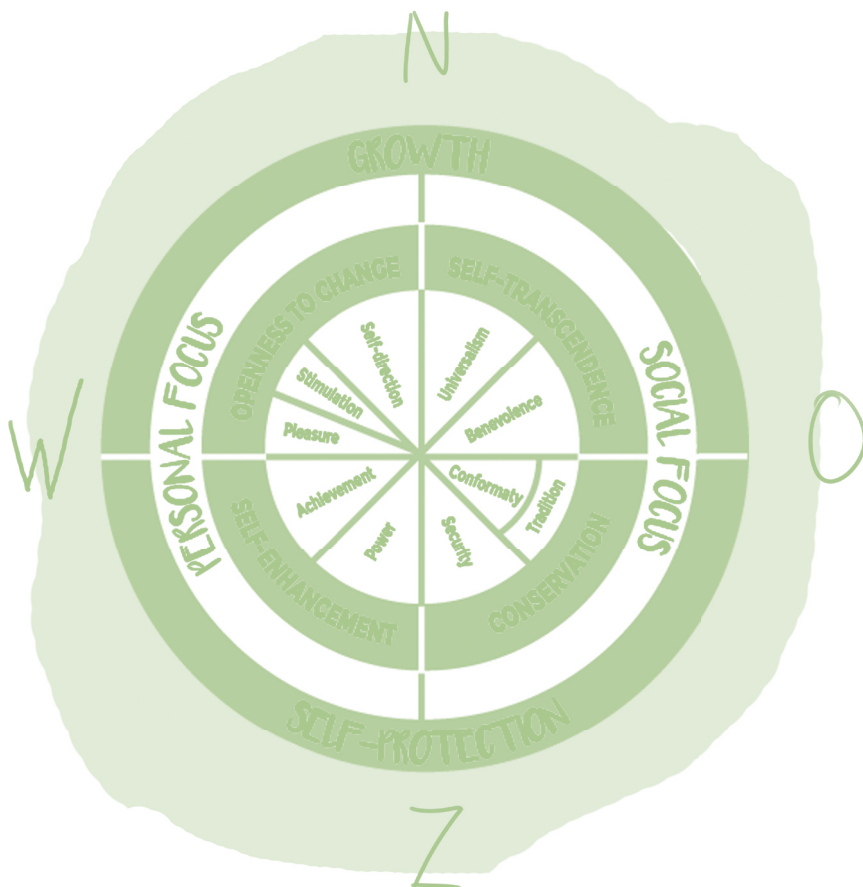
Openness to Experience

Openheid voor ervaringen verwijst naar de neiging om open te staan voor nieuwe ideeën, creativiteit en intellectuele nieuwsgierigheid. Mensen met een hoge score zijn vaak fantasierijk en open-minded, terwijl mensen met een lage score meer conservatief en praktisch ingesteld kunnen zijn.

Jouw waardenset als innerlijk kompas

Naast een persoonlijkheid hebben we allemaal een set met waarden. Deze ontwikkel je vanaf je derde jaar. Het zijn overtuigingen over wat je belangrijk vindt in het leven en ze worden sterk beïnvloed door je sociale omgeving. Zoals je gezin, de school, vrienden en de Rangers van het WNF. Je wordt je bewust van waarden zoals eerlijkheid en macht. Van verantwoordelijkheid en zorg voor de natuur. Van wijsheid en gezondheid en van heel veel meer. Als kinderen ouder worden, gaan ze deze waarden internaliseren en beginnen ze hun eigen morele kompas te vormen. En dat bepaalt wat jij vandaag de dag goed of fout vindt. En waar je naar streeft. Het is de basis voor jouw drijfveren. Waarden zijn relatief stabiel en ontwikkelen zich meestal al vroeg.

Er zijn verschillende modellen voor waardensets die je kunt gebruiken om de waarden van jezelf of je team te identificeren en te rangschikken. Een van de meest gebruikte modellen is het Schwartz Waardenmodel.



Je ziet hier tien universele waardengebieden die je belangrijk kunt vinden. Ze zitten in vier hoofddomeinen, die vaak in relatie tot elkaar staan en tegenover elkaar juist conflicteren. Veel duurzaamheidstrijdigers zitten rechtsboven met hun belangrijkste set aan waarden. Ze scoren hoog op *universalism* en *benevolence*. Dat betekent dat ze gemotiveerd worden door het welzijn van mensen en de natuur. Ze staan open voor anderen. Bieden graag een helpende hand en zijn eerlijk en loyaal. In de cirkel staan ze daarmee recht tegenover *power* en *achievement*.

Om dit model te gebruiken in de praktijk kun je een waardenscan doen en krijg je een score op persoonlijk niveau en op teamniveau. De resultaten worden uitgedrukt in kleuren om helder onderscheid te kunnen maken in de taartpunten van de cirkel. *Universalism* en

benevolence zijn dan ook groen tegenover power en achievement die rode tinten hebben.

Veel bedrijven werken met kleurentests. Dat is iets anders. Ze gebruiken voor de waarden en kenmerken van medewerkers en teams ook de op kleur gebaseerde persoonlijkheidstests, zoals Management Drives en Profile Dynamics. Deze zijn populair en worden vaak gebruikt door managers voor teamontwikkeling. Wij hebben het ook gedaan bij Zustaina. In dit model scoor ik behoorlijk rood en in het model van Schwartz heel groen. Je kunt ze dus goed los van elkaar gebruiken als je ze juist interpreteert. De kleurentests zijn heel leuke tools om het gesprek met je team aan te gaan. Ook voor leiderschapstraining en communicatieverbetering. Voor een wetenschappelijke basis is het model van Schwartz beter. Met dit model kun je er direct met je team mee aan de slag.

Download hier de gratis whitepaper en doe een persoonlijkheidstest en waardenscan.



Het verhaal dat je over jezelf vertelt

Last but not least: de narratieve identiteit. Jouw persoonlijkheid beschrijft *hoe* je geneigd bent je te gedragen. Jouw waarden geven aan *wat* je belangrijk vindt. Je narratieve identiteit gaat over *wie* je bent en hoe jij je levenservaringen interpreteert. Het is het verhaal dat je over jezelf gaat vertellen vanaf de pubertijd. Je maakt van je ervaringen een coherent geheel. Jongeren gaan experimenteren met verschillende rollen en verhalen over zichzelf, die hun identiteit versterken. Onze identiteit ontstaat dus door onze persoonlijkheid, onze waarden en de verhalen die we over onszelf vertellen. En soms ontstaat er een conflict tussen de identiteit die je hebt en die je wil zijn. Zoals bij Coen die naar de podcast van Rutger Bregman luisterde. Zoals bij mij toen ik *Before the flood* zag. Zoals bij Bodine die *An Inconvenient Truth* zag. Zoals Iris Bakker die bij Zustaina mij vertelt: 'Ik moest bijna huilen toen ik tijdens mijn opleiding filmpjes zag waarbij kinderen elf uur per dag hazelnootjes moeten plukken voor in onze chocoladerepen en chocopasta. Ik eet die merken nooit meer.'

Je wordt geraakt en je gaat een ander verhaal over jezelf vertellen. Zo geef je betekenis aan de belangrijkste gebeurtenissen in je leven. Het is de manier waarop je verleden, heden en toekomst met elkaar verbindt om te begrijpen wie je bent. Je selecteert welke ervaringen je belangrijk vindt en welke je in je verhaal benadrukt. Je komt in beweging. Dan ontstaat intrinsieke motivatie en gaat in dit geval je groene hart shinen.

Duurzaamheidsstrijders zijn geen gewone managers. Jullie zijn pioniers met een missie. Een missie die begint in je jeugd en je tot vandaag de dag drijft. Elite of niet. Als strijder weet je dat elke stap telt. Je leeft zelf ook zo duurzaam mogelijk. Je zet stappen. Voor de een betekent dat alleen nog vlees eten als je uit eten gaat. Voor de ander is dat veganistisch leven. Voor de een is dat alleen nog maar tweedehandskleding kopen, voor de ander is dat gelegenheidskleding voortaan lenen in de kledingbib. Ik hoor verhalen over vlieg-schaamte en vliegdieet. Over vakantie in eigen land en ruilbeurzen voor speelgoed. Er worden elke dag keuzes gemaakt. Duurzaamheidsstrijders vinden dat ze een voorbeeldfunctie hebben en een rolmodel kunnen en moeten zijn. Ze voelen zich geen elite. Maar worden wel vaak bestempeld als ‘de havermelkelite’.

4 JIJ HEBT MAKKELIJK PRATEN ALS HAVERMELKELITE⁴

Nog even terug naar de elite uit Davos. Er bestaat sinds kort ook nog zoiets als de havermelkelite. Dat is in 2019 bedacht door de journalist Jonas Kooyman als vertaling van een boek van planologe Elizabeth Currid-Halkett. In *The sum of small things: a theory of the Aspirational Class*, beschrijft ze voor het eerst de hoogopgeleide groep die kiest voor verantwoord gedrag omdat ze zich dat kunnen veroorloven. Ze drinken havermelk in hun koffie, gebruiken katoenen boodschappentasjes, koken vegan in ‘le creuset’, eten biologisch en doen aan yoga en pilates. Dit lijkt inderdaad op mijn leven en op dat van veel duurzaamheidsstrijders.

4 <https://nl.wikipedia.org/wiki/Havermelkelite>

We beseffen allemaal dat het makkelijker is om duurzame keuzes te maken, als je voldoende inkomen hebt om dit allemaal te kunnen realiseren. En weten tegelijkertijd ook dat we de groep zijn die de grootste uitstoot heeft en aan de bak moet. Of je nou van haver-melk houdt of niet. Het is een feit dat de rijkste 10 procent van de wereldbevolking verantwoordelijk is voor de helft van de wereldwijde CO₂-uitstoot. En rijk ben je als Nederlander al snel.

Voor veel mensen is het verduurzamen van een huis heel erg kostbaar. Of ze zijn afhankelijk van de huisbaas. Biologische en verse groente kopen is duur. En voor het bedrag van één reep Tony's, kun je vijf repen huismark chocolade kopen van een onbekend merk. Er zijn gelukkig steeds meer betaalbare initiatieven, zoals energiebesparingstips en gebruik van tweedehandsproducten. En kleinere gedragsveranderingen – zoals minder vlees eten of fietsen – kunnen ook door mensen met lagere inkomens worden omarmd. De uitdaging ligt vooral in het toegankelijker maken van grootschalige duurzame oplossingen voor iedereen. Juist daarom is het belangrijk om ook als werkgever aan de slag te gaan. Juist daarom is duurzaam leven niet alleen voor de elite.

Ik kreeg onlangs nog een mail van een medewerker van een groot bedrijf die een online impacttest gedaan had. Ze had een duurzaam kerstpakket gekregen en scande nieuwsgierig de QR-code in de box. Ze vroeg of het wel klopte dat ze 'maar' 1,3 aardes gebruikt. Haar collega's uit het bedrijf hadden een score van minimaal drie aardes. De uitslag klopt. Zij rijdt geen auto en koopt nauwelijks nieuwe kleding. Ze gaat niet op vakantie en vindt vlees te duur.

Ik herken haar verhaal. Ik ben een geboren en getogen Rotterdammer en heb veel uren op straat doorgebracht. We speelden in de urinoirs en pulkten kauwgom van de straat. We sliepen in een stapelbed en speelden met de bovenbuurmeisjes die aan dezelfde trap woonden. We hadden geen auto en zaten achterop de puchjes van mijn ouders. Mijn moeder naaide de labels van dure merken op mijn Zeeman-jeans omdat ik erbij wilde horen. En woensdag was gehaktdag en op vrijdag aten we patat. Weinig CO₂-uitstoot en weinig elite.

Toen we van de stad naar het platteland verhuisden, wilde ik geen vlees meer eten. Ik veranderde van straatschoffie in paardenmeisje. Ik ging een ander verhaal over mezelf vertellen. Dieren eten werd voor mij steeds moeilijker. Toen ik jaren later de documentaire 'Cowspiracy' zag, besloot ik volledig plantaardig te gaan eten. Ik hou van cappuccino en drink dus graag havermelk in mijn koffie. Ik ben gezegend met een goed stel hersens en kon dankzij de studiefinanciering uit de jaren tachtig een universitaire opleiding afronden.

Ik stond tussen de elite in Davos en hoor volgens de definitie bij de havermelkelite. Ik kan me een duurzaam leven veroorloven en heel veel mensen niet. Ik heb ook heel wat te compenseren van de afgelopen vijftig jaar en heel veel mensen niet.

Ik ben blij dat ik mijn *footprint* kan verkleinen. Mijn ecologische voetafdruk is de ruimte die nodig is voor mijn levensstijl. Ik vergroot liever mijn *handprint*. Dat is de positieve impact die je kunt maken op de Aarde door mensen te informeren, inspireren of activeren hun *footprint* te verkleinen. En het allerliefste focus ik op *heartprint*. Op de kunst van het raken. Want daar zit de kracht. Daar krijg je pas echt mensen mee in beweging.

Duurzaamheidsstrijders proberen mensen enthousiast te krijgen om vaker duurzame keuzes te maken. Elke dag weer. Eva, Bodine, Coen, Daan, Jorick, Iris, Marlou, Marianne, Marije en jij. Elite of niet.