



# De transities naar betekenisvol leven en ondernemen: De nieuwe rijkdom

De maatschappij staat aan de vooravond van een transitie die zijn weerga niet kent. In Nederland vullen depressies, burn-outs en welvaartsziekten de wachtkamers en angst, hebzucht en ego regeren. Mensen en bedrijven zijn zoekende om uit deze ratrace te komen.

Een steeds groter wordende groep mensen, professionals en bedrijven kiest bewust voor betekenis. En zij willen anderen inspireren. Met als einddoel een leefbare wereld waarin geluk, kracht, liefde, harmonie, en zuiverheid de basiswaarden zijn. Patrick R. van Zuijlen is een postmoderne 'hippie in pak' die als bedrijfskundige vele bedrijven heeft geoptimaliseerd. "Ik heb een groen hart en wil graag op een praktische manier bijdragen aan een duurzame en gelukkigere wereld. Dat doen we door Bedrijfsoptimalisatie met Impact, (werk-) gelukprogramma's en business retreats."

## Terug naar de oorsprong

Er zijn in de (westerse) wereld een aantal transities gaande die samen zorgen voor een mega-transitie. Een groeiend aantal mensen is 'het' zat. "Deze groep leeft steeds bewuster. Zij keren zich af van groei ten koste van de ander, de maatschappij en de planeet. De zes grote onrustzaaiers angst, boosheid, ego, gehechtheid, hebzucht en lust - domineren in toenemende mate. We zijn gaan denken en leven in euro's en dollars."

Als bedrijfsoptimalisator en organisator van business retreats heeft Patrick al duizenden keren

aan mensen de vraag gesteld: wil je leven vanuit Geluk, Kracht, Liefde, Harmonie en Zuiverheid? "Het antwoord is altijd 'ja'. Tegelijkertijd kunnen velen geen antwoord geven op de simpele vraag 'wie ben ik?'. Hoe kun je dan een bij jou passend leven leiden? In de kern willen mensen dienen omdat het goed is en voelt. Diegenen die dat doen inspireren anderen en zo breidt de olievlek zich verder uit."

## De heilige graal

De westerse mens is zijn ziel uit het oog verloren, zegt Patrick. "Angst, hebzucht en ego regeren. Collectieve bewusteloosheid heerst, depressies en burn-outs zijn volksziekte nummer 1 en we lijden en masse aan welvaartsziekten. We zoeken naar de heilige graal om uit het keurslijf van angst en groei te komen." Actiegroepen laten steeds meer van zich horen, er zijn meer duurzame consumenten, bedrijven en producten. Zelfs hele landen, zoals Zweden en Nieuw Zeeland, nemen duurzame posities in. Jonge mensen als Greta Thunberg brengen grote groepen mensen in actie. En onder aanvoering van mensen als de -te vroeg overleden- Polly Higgins worden vervuulende bedrijven op het matje geroepen. De collectieve bewusteloosheid wordt zichtbaar omgezet naar betekenisvol bewustzijn.

## Bankroet van de aarde

We staan aan de vooravond van een transitie die zijn weerga niet kent. Patrick: "Dit keer gaat het niet om groei, maar om overleving. Het voortbestaan van de mensheid staat onder zware druk. Als we de fossiele brandstoffen, de motor van het kapitalistische systeem, niet vliegenschlug afzweren, gaat de wereld nog meer in brand staan. Letterlijk welteverstaan." Earth Overshoot Day, het moment in een kalenderjaar waarop de capaciteit van de aarde in dat jaar op is, valt elk jaar op een vroeger tijdstip. Dit jaar was het rantsoen van de aarde op 31 juli 2019 schoon op. We maken 1,7 keer zoveel op dan de aarde aankan en stevenen zo af op het bankroet van de aarde. "Mother Earth takes care of herself" schreef Fred Pearce al in 2007 in zijn boek met de weinig optimistische titel 'De laatste generatie'. Wallace Wells doet daar dit jaar in zijn boek 'De unbewoonbare aarde' nog een schep bovenop. Is onze planeet in transitie? Het klimaat in ieder geval wel. En via de leefomgeving heeft dit steeds grotere gevolgen voor de mens. Door te kiezen voor samenwerking in plaats van concurrentie, betekenisvol ondernemen in plaats van platte economische groei en krachtig leiderschap in

plaats van angst, kunnen mensen zij-aan-zij werken aan het grootste gezamenlijke belang: overleving. "De transitie van het klimaat heeft overigens twee voordelen", zegt Patrick. "Ten eerste relativiseert het narigheid; er is immers niets groter dan existentie. Dus kies nu voor geluk, stop met piekeren en zorgen maken en geniet van het leven. Het tweede voordeel is een groeiende bewustwording. Meer mensen gaan bewuster leven en kiezen voor betekenisvolle impact. Ook de planeet krijgt meer aandacht met het besef dat vervuiling en roefbouw niet langer te tolereren is."

"Een betekenis-economie dient de maatschappij en aarde in plaats van andersom"

## De betekenis-economie

De agrarische economie ging in de 19e eeuw over in de industriële economie die in de jaren tachtig van vorige eeuw transformeerde naar de kenniseconomie. "Het grootste deel van de wereld draait om – economische – groei. Gelukkig vraagt een groeiend aantal mensen zich af hoe we tot een samenleving komen waarin de economie de maatschappij en de aarde dient in plaats van andersom."

Landen als Zweden (klimaatneutraal in 2030) en Bhutan (Bruto Nationaal Geluk als hoogste waarde en belangrijker dan economie) nemen op internationaal niveau het voortouw. "Dat geeft hoop", zegt Patrick. "Deze transitie staat nu nog in de kinderschoenen, maar is van ongekend belang: van kenniseconomie naar betekenis-economie. Vanuit hier groeien we naar de betekenis-economie waarin ecologie boven economie staat. Het groeiend bewustzijn is als het ware het cement van een duurzame en houdbare toekomst." Omdat veel mensen het vertrouwen in de politiek, religie en banken zijn verloren, is de hoop gevestigd op het bedrijfsleven. En op ons als consument; wij kiezen met onze portemonnee.

Elke manager staat de komende tijd voor de vraag: 'Hoe kan ik bijdragen aan duurzaamheid en zo groeien?'

## Winst als gevolg

Bedrijven hebben van oudsher winstmaximalisatie als hoogste doel. Met als gevolg een stroom van ongewenste side effects: een uitgeputte aarde, vervuiling, plastic soup, dierenleed, kinderarbeid, verslaving, obesitas... de lijst is eindeloos. De groeiende ongerustheid hierover geeft kansen aan bedrijven die het anders willen doen. Die in plaats van economische motieven kiezen voor betekenis, impact én economie. "Mooi ideaal, maar dat zal flink wat kosten, denken velen", vertelt Patrick. "Echter, niets is minder waar. Bedrijfskundig gezien betekent elke verandering een kans. Hoe kun je dat als bedrijf omzetten naar actie? Bml, Bedrijfsoptimalisatie met Impact, leidt bedrijven naar verhoogde winstgevendheid. Winstgevendheid als gevolg, en niet als doel op zich." Elke directie en manager staat de komende jaren voor de vraag: 'Hoe kan mijn bedrijf groeien door bij te dragen aan een duurzamere wereld?' Patrick: "Koplopers zijn bijvoorbeeld ASN en Triodos in de bankensector, Vegetarische Slager en Tony's Chocolonely in de voedingsindustrie, enzovoorts. Deze bedrijven worden vaak bestuurd door leiders met een ideaal. Zij beschouwen winstgevendheid als bijzaak. En worden niet verrast door het succes. Ieder bedrijf in elke sector heeft de kans om betekenisvol te gaan ondernemen, met verhoogde financiële groei als gevolg."

## Samenwerken vs concurreren

Onderzoek van Havaz Lemz wijst uit dat in 2007-2017 betekenisvolle bedrijven 216% (financieel) succesvoller zijn dan bedrijven die voor puur winstcijfers gaan. Mooie voorbeelden: Volvo (vanaf 2020 alleen nog hybride/elektrisch) en Adidas (maakt vanaf 2024 alleen nog maar schoenen van gerecycled plastic). "Het kan in iedere sector. Zelfs in de financiële branche: kijk

naar het succes van Triodos en ASN Bank. En Laurence Finck, CEO van 's werelds grootste investeringsmaatschappij Blackrock, investeert alleen nog maar in betekenisvolle bedrijven. Welke betekenis heeft het bedrijf waar jij werkt? Zijn jullie ook op weg om koploper in betekenis te worden? Met Bml (Bedrijfsoptimalisatie met Impact) kunnen wij bedrijven daarmee helpen." Betekenis zit volgens Patrick ook in samenwerken in plaats van concurreren. Hij noemt daarbij de kledingindustrie: er wordt jaarlijks een enorme kledingberg verbrand in de verbrandingsoven. "Wij proberen momenteel om een groep bedrijven uit deze sector samen te brengen om een deel van deze kledingberg uit de oven te houden. Elke sector kan dit voorbeeld volgen."

## Het belang van werkgeeluk

Ten slotte de transitie van de mens als medewerker. Waar de baby boomers nog streefden naar loopbanen, willen de millennials (generatie Y) vooral betekenis hebben. Patrick: "Voor de werknemers van nu is de factor werkgeeluk van groot belang. Bedrijven die van werkgeeluk een strategische doelstelling maken, kennen gemiddeld een 22% hogere productiviteit, 37% lager ziekteverzuim en 11% hogere winstgevendheid. Denk eraan dat in 2025 75% van de werknemers van de generatie Y zijn. Dus ben jij werkgever met een tekort aan mensen? En wil je jouw bedrijf laten groeien? Omarm dan die betekenisvolle ambitie. Want deze millennials zijn niet alleen jouw toekomstige medewerkers, het zijn ook jouw toekomstige klanten. Daarnaast is goed doen goed voor je karma, en het voelt nog goed ook!"

## Practise what you preach

Wat draagt Patrick zelf bij aan een betere wereld? "Mijn missie is de wereld duurzamer en gelukkiger maken. Zakelijk vertaalt zich dat in het laten groeien van bedrijven met Bedrijfsoptimalisatie met Impact, EIGEN Fundament en werkgeeluk-programma's. Persoonlijk heb ik onder meer zonnepanelen geplaatst, ben ik overgegaan op een plantaardig dieet, ik stem milieu- en diervriendelijk en ben klant bij Triodos en ASN Bank. Daarnaast consuminder ik, maak ik actief gebruik van Peetby en Marktplaats en reis ik zoveel mogelijk met het OV – ook naar mijn vakantiebestemming. Zo kan iedereen stappen zetten en een persoonlijke of zakelijke transitie ondergaan. Samen komen we heel ver." Krant@Aarde

## Meer informatie of inspiratie?

[www.eigenfundament.nl](http://www.eigenfundament.nl)  
[www.bedrijfsoptimalisator.nl](http://www.bedrijfsoptimalisator.nl)

Patrick R. van Zuijlen,  
oprichter Dé Bedrijfsoptimalisator®/EIGEN Fundament.  
Voor Bedrijfsoptimalisatie met Impact, Werkgeeluk  
en de zielsontwaking van leiders

