

Portret: Ynzo van Zanten

“De mindset moet om”



Hij noemt zichzelf ‘de minst ambitieuze man ter wereld’, met ‘meer side-businesses dan corebusiness, maar zo gaandeweg weet Ynzo van Zanten toch leuke dingen te bereiken: hij introduceerde Innocent Drinks in Nederland, heeft een duurzaam adviesbureau met mooie klanten, zette een minor Duurzaam Leiderschap en Ondernemerschap op aan de Hogeschool van Amsterdam. ‘Kleine stapjes met grootse visie’, daar gelooft hij in.

Nee, hij was niet direct groen. Hij studeerde economie. “Toen ik begon, in 1990, bestond duurzaamheid nog niet eens.” Ynzo werd consultant bij ‘een grijze club’ tijdens het begin van de internetbubble. Maar toen managementconsultant geleidelijk synoniem werd aan IT-consultant, stak hij zijn pak in de fik en ging een wereldreis maken. Bij de Galapagos eilanden, tijdens een safety-stop op 5 meter diepte, omgeven door ‘letterlijk miljoenen vissen’, ging hem een groen licht op. “Dat was beschermd gebied, dat wist ik”, vertelt Ynzo. “En ik wist ook dat het op andere plekken helemáál niet zo goed gaat met de visstand en met de oceanen. Op dat moment besloot ik dat ik me wilde inzetten voor het behoud van onze wereld, van de prachtige natuur, die we in *no time* vernielen.”

Innocent Drinks

Op een bootje in Belize trof hij een roodverbrande Brit met wie hij bevriend raakte en die hem vertelde over het bedrijf waar hij werkte: Innocent Drinks in Londen. Klonk goed, vond Ynzo. “Kort daarna trof ik tijdens een *stopover* op een vliegveld toevallig een vriend van me, Henk-Jan Beltman, die net voor zichzelf begonnen was als freelancer. Ik vertelde hem over de fruitsmoothies van Innocent, en over hun duurzame bedrijfsfilosofie en al gauw hadden we een plan: zodra ik terug zou zijn in Nederland, gingen wij dat merk op de Nederlandse markt lanceren.” En zo geschiedde. “We gingen op de bonnefooi naar Londen en daar bleken we een geschenk uit de hemel. Innocent Drinks had nét besloten om de grens over te gaan en daar kwamen twee malloten uit de lucht vallen met een uitgewerkt business plan en een stevig logistiek netwerk voor de Benelux.”

In de zeven jaar die volgden, deed Ynzo de marketing voor de Benelux; Henk-Jan deed de sales. “Het was een fijn bedrijf, met een leuk verhaal om naar buiten te brengen. We moesten vooral in Nederland eerst veel leuren, want de smoothies van Innocent Drinks zijn geen goedkoop product, maar toen het merk eenmaal stónd, werd ik vaak uitgenodigd om over het

product en vooral het verhaal erachter te vertellen. Over de primeur van de volledig gerecyclede PET flesjes; over de duurzame productieketen, over de goeie sfeer binnen de organisatie, over het plezier dat we erin hadden om grappen te maken op de verpakking: *'Stop staring at my bottom'*, stond er in Engeland onder op het pakje. En in Nederland stond bij de ingrediëntenlijst bijvoorbeeld '20 appels, 10 peren, 0 strandballen'. En binnenin het hoekje van de schenktuit verstopten we voor de grap een URL van nieuwsgierigaagje.nl."

"Het publiek dat op die lezingen af kwam, was altijd enthousiast. 'Wat leuk! Wat gaaf!', riepen ze na afloop. En de volgende dag was het weer *business as usual*. Ik was amusement. En toen kwam Al Gore voorbij."

In de voetsporen van Al Gore

Zwaar onder de indruk was Ynzo van Al en zijn onheilspellende powerpoint. Alleen: Al gaf ondernemers geen enkel handvat om iets te dóen met al die sombere voorspellingen betreffende natuur en milieu. "Daar kon ik wel wat mee, dat wilde ik gaan doen. Maar ik werkte al zestig uur in de week en mijn tweede kind was op komst. Dan zou ik echt andere keuzes moeten maken." Bij Innocent was Ynzo inmiddels het vrije ondernemersschap gaan missen. "We waren inmiddels met vijftien man. In dat stadium zijn mede-ondernemers medewerkers geworden en worden medewerkers zo langzamerhand werknemers. Dat is het stadium dat voor mij de lol er een beetje af gaat." Ynzo en Henk-Jan verkochten hun aandelen Innocent weer terug aan Londen, Henk-Jan stapte over naar Tony's Chocolonely en Ynzo richtte zijn eigen consultancybureau op: Green Inc.

Drie maanden later stond Ynzo op een nieuwjaarsborrel van MVO Nederland. "Daar stonden duizenden MVO-adviseurs! Ineens was iedereen met dat onderwerp bezig. Dus ik moest me eens goed gaan beraden op de vraag waarop ik me onderscheidde van al die anderen." Dat antwoord bleek tweeledig. Aan de ene kant was Ynzo zelf ondernemer geweest. Een pluspunt voor ondernemers die niet zitten te wachten op een opgeheven vingertje van iemand met louter boekenwijsheid. Daarnaast was Ynzo gepokt en gemazeld in de bedrijfsstrategie en daar had hij wel wat over te vertellen. "Ondernemingen snappen inmiddels dat ze achterlijk zijn als ze duurzaamheid niet meenemen in hun bedrijfsstrategie. Niet omdat iedereen ineens zo lekker groen is, maar simpelweg omdat duurzaamheid een groeimarkt is. Sterker nog, uiteindelijk moeten duurzaamheid en bedrijfsstrategie gaan samenvallen."

Beter consumeren

De mindset moet om, vindt Ynzo. "We hebben vijftig, zestig jaar geleefd met overvloed. Nu is drie procent begrotingstekort ons uitgangspunt, dat is tekenend." Wat niet betekent dat hij hoort bij het kleine leger van de consuminderaars. Integendeel. "Je hoeft niet uit te gaan van reductie, van teruggang, wanneer je béter consumeert. We verspillen gigantisch veel. Stop eerst die gaten in de muur eens dicht voor je de verwarming hoger zet, dát soort dingen. Ik

ben een fan van de uitspraak van Moeder Teresa. Zij zei: 'Ik kan geen grootse dingen doen, maar kleine dingen met grootse passie.' Met kleine stapjes met visie kom je een heel eind." In zijn boek 'How to green your office' reikt Ynzo bedrijven tientallen kleine, haalbare stapjes met visie aan. "Je moet niet denken 'Wat maakt dat ene spaarlampje nou uit'. Het gaat erom dat je zaadjes plant. Dat je bewustwording zaait. Het begint met een lampje en dubbelzijdig printen, maar je hoopt dat het uitgroeit tot een hele andere bedrijfsstrategie en andere, duurzame keuzes." De omslag van het boek kan bedrukt worden met een eigen voorwoord, zodat bedrijven het boek ook weer aan anderen cadeau kunnen doen. Zegt het voort, zegt het voort!

Green Inc. heeft zich in een paar jaar tijd niet zozeer ontwikkeld tot een grote organisatie, alswel tot aanjager, spin in web, participant aan vele initiatieven; een netwerkorganisatie. Er prijken namen als Heineken, ABN Amro en Nyenrode Business Universiteit op zijn klantenlijst, maar Ynzo doet het nog steeds alleen. "Ik wil liever een zakenpartner dan personeel", verklaart Ynzo. "Personeel heeft er recht op te weten welke koers het schip vaart. Ik heb geen idee waar ik over vijf jaar wil zijn. Ik doe heel veel dingen die ik heel leuk vind. Sinds kort ben ik bijvoorbeeld ook *personal trainer* en run ik The Bootcamp Club in de regio Amersfoort. Of ik dan niet mijn focus verlies? Mijn focus is bezig zijn met duurzaamheid, met bruggen leggen tussen kennis en praktijk.

Duurzaam ondernemerschap

Een buitenkans voor dat laatste deed zich voor toen Ynzo in 2009 een maltje kreeg van een bevriende docent, over de start van een minor 'Kredietcrisis' aan de Hogeschool van Amsterdam. "Dat zette me aan het denken. 'Hoe zit het eigenlijk met het aanbod van lessen over duurzaamheid?' vroeg ik me af. Niet één van de veertig vakken op het curriculum bleek daarover te gaan. Toen ben ik samen met Pieter Spinder naar de HvA gestapt met een plan voor het vak Sustainable Leadership & Entrepreneurship. 'Zoek maar vijftientig studenten bij elkaar, dan mag je in september beginnen', zeiden ze. In september? Het was maart! Maar de volgende week moesten de studenten kiezen welke vakken ze de rest van het studiejaar gingen volgen. Toen zijn we met een oude ijsco-wagen van Innocent, die bekleed was met gras en bloemen, reclame gaan maken. Ik liet posters drukken van een Spaanse peper, met de tekst 'Eindelijk wat pittigs aan de HvA. Real life projecten, en géén tentamens.'" Prompt meldden zich veertig studenten en het vak kon per direct van start.

De brug tussen kennis en praktijk slaat Ynzo met *action learning*: "Klanten van Green Inc komen vertellen over hun bedrijf en over hun dilemma's en studenten pakken die vraagstukken op als project. Daar komen soms hele beroerde dingen uit, maar soms zitten er ook vrij briljante oplossingen tussen. Net zoals wanneer zo'n bedrijf een bureau in de arm zou nemen. Of we geven studenten op woensdagmorgen de opdracht om vóór vrijdag de pers te

halen. Organiseren ze bijvoorbeeld een duurzaam ontbijt op het Museumplein, inclusief yogalessen, muziek en alles. Dat haalde de landelijke pers.”

En krijgen de studenten echt geen tentamens? “Nee. Het gaat niet om reproductie van kennis; het gaat om toepassing ervan in de praktijk.” De vijf keer dat het vak inmiddels op het curriculum heeft gestaan, is het steeds door de studenten verkozen als het beste vak van de HvA. “Er wordt vaak geklaagd dat studenten niet gemotiveerd zouden zijn. Dat is onzin. Ze zijn ánders. Net zoals elke generatie anders is dan die ervoor. Daar moet je op inspelen. Als ik zie dat een docent informatica les staat te geven met een overheadprojector, dan denk ik: ‘Gast! Denk even na! Het is 2012, ga met je tijd mee.’”

Kansrijke generatie

Bewustzijn van de noodzaak van duurzaamheid vormt een intrinsiek onderdeel van het wereldbeeld van deze generatie, denkt Ynzo. “Om mensen echt actief te laten kiezen voor duurzaamheid moet het inspirerend zijn, motiverend, design, vooruitgang! En dat kan ook.” Is hij optimistisch over de toekomst? Ynzo aarzelt. “Mwoah. Gematigd optimistisch. Paul Gilding, voormalig directeur van Greenpeace International, schreef het al in zijn boek ‘The Great Disruption’: er is een grote crisis nodig om grote dingen te veranderen. De wal gaat het schip keren, vrees ik. Inzetten op twintig procent groene stroom in 2020 is niet genoeg; we moeten structureel anders gaan denken en dat is niet makkelijk. We zitten flink in de shit, maar daar staat tegenover: als er ooit één generatie is geweest die de kans heeft om het verschil te maken, dan is deze het. En dat is natuurlijk fantastisch.”