

Doelgericht Doneren

NEDERLANDSE ONDERNEMERS zijn over het algemeen gulle gevers, blijkt uit onderzoek. Maar zomaar een cheque uitschrijven doen ze liever niet. De ondernemende filantroop wil weten waar het geld blijft. 'Hun ondernemende geest zie je overal terug.'

Oliemagnaat John D. Rockefeller (1839-1937) droeg altijd een goedgevulde beurs met munten bij zich. Volwassenen drukte hij een *dime* (tien cent) in de hand, kinderen konden rekenen op een *nickel* (vijf cent). Hij schonk ook miljoenen aan religieuze instellingen, universiteiten en ziekenhuizen. De door hem opgerichte Rockefeller Foundation is tot op de dag van vandaag een voorname filantropische instelling met een budget van honderden miljoenen dollars.

Rockefeller is een van grondleggers van een lange Amerikaanse traditie van steenrijke ondernemers die een deel van hun kapitaal schenken aan goede doelen. De bekendste hedendaagse vertegenwoordigers van die traditie zijn Warren Buffet en Bill Gates, die in 2010 The Giving Pledge startten, een campagne waarmee ze andere miljardairs aansporen om, net als zijzelf, minstens de helft van hun vermogen weg te geven. Op dit moment hebben 127 miljardairs gehoor gegeven aan de oproep, waaronder inmiddels ook Mark Zuckerberg (Facebook), Elon Musk

(Tesla) en een aantal rijken uit opkomende economieën als Brazilië en India. Opvallend afwezig: Nederlanders. Terwijl er in ons land naar verluidt zeker vijftientig miljardairs rondlopen.

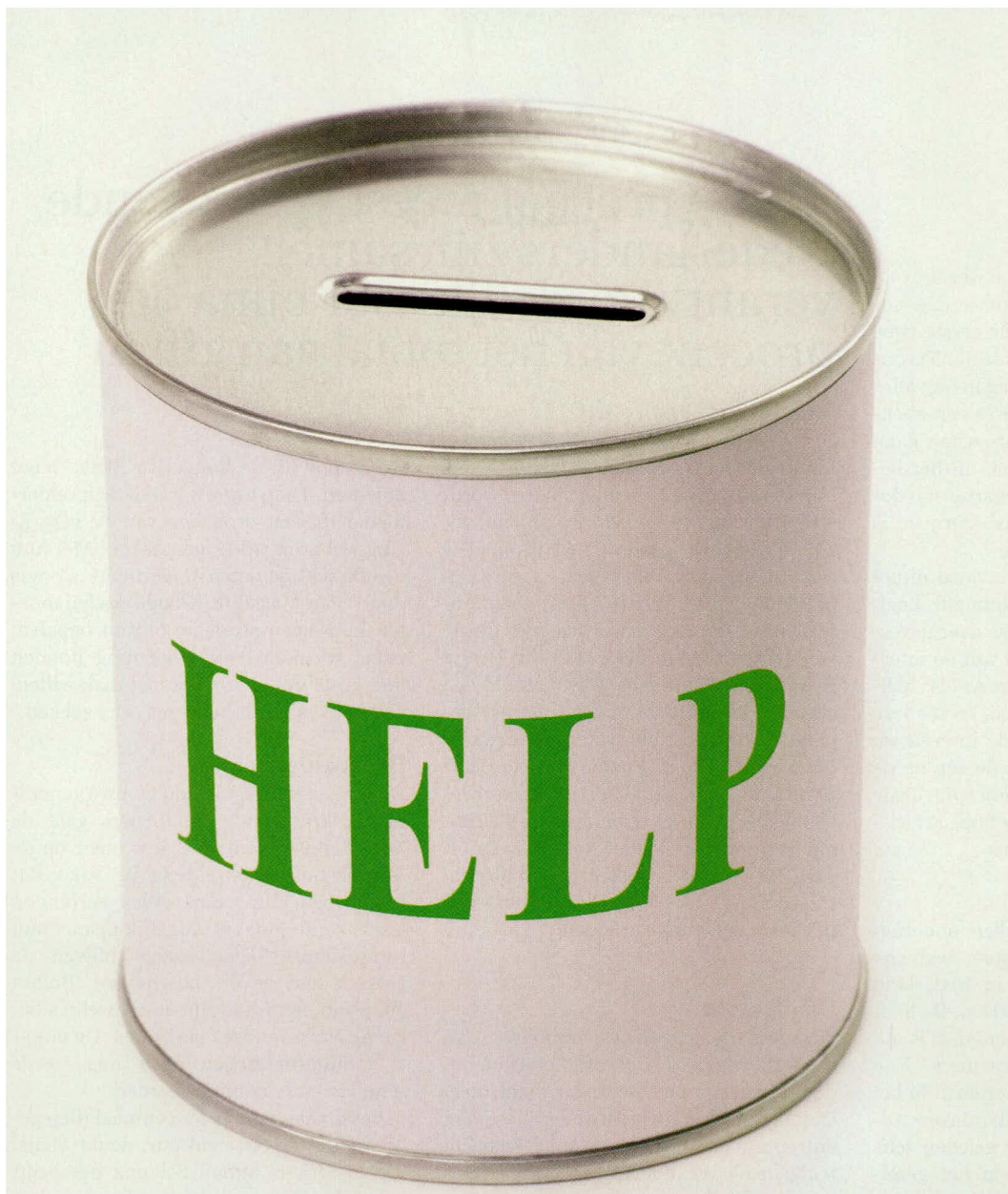
Geefstrategie

Dat wil niet zeggen dat Nederlandse rijken niet vrijgevig zijn. Integendeel. Volgens de laatste editie van het tweejaarlijkse onderzoek Geven in Nederland, schenkt 95 procent van alle vermogende Nederlanders aan goede doelen. De 20 procent meest vermogende Nederlanders zijn samen verantwoordelijk voor bijna 90 procent van het totaal aan giften door 'huishoudens' (in 2011 was het totaalbedrag €1,8 miljard). Recent onderzoek van ABN AMRO MeesPierson (AAMP) laat bovendien zien dat ondernemers aanzienlijk vrijgevinger zijn dan mensen die hun kapitaal op een andere manier hebben verworven.

De welgestelde ondernemer als filantroop is in ons land in opkomst, denkt *Diana van Maasdijk*, die al jarenlang actief is in de wereld van filantropie: 'Het is een

trend; steeds meer ondernemers geven bij leven aan goede doelen, en dus niet alleen via een legaat.' Van Maasdijk adviseerde vermogende particulieren over filantropie, was een van de oprichters van de inmiddels opgeheven Donor Academy en schreef *Goed geven*, een 'handboek strategisch schenken voor grootgevers die het verschil willen maken'. Van Maasdijk was tot 2016 hoofd van de afdeling Filantropie Advies van AAMP, die mede door haarzelf is opgezet. De afdeling geeft private banking klanten advies op maat. Zo wordt samen met de klant een 'schenkingsplan' of een 'geefstrategie' opgesteld. Klanten bepalen zelf wat zij voor de service willen betalen. Een kwart van de omzet gaat naar goede doelen.

'Het opstellen van een geefstrategie begint met de vraag waar en op wat voor manier iemand het verschil wil maken,' zegt Van Maasdijk. 'Een veel gehoord motief, vooral onder ondernemers, is dat zij iets terug willen geven aan de maatschappij. Vaak willen ze investeren in projecten in landen waar zij met hun onderneming actief waren. Nadat wij in



‘Het opstellen van een geefstrategie begint met de vraag waar en op wat voor manier iemand het verschil wil maken’

kaart hebben gebracht welke thema's en regio's de voorkeur hebben, gaan we op zoek naar goede doelen die zich daarmee bezighouden. Dat kan heel specifiek zijn. Ik heb nu een klant die projecten steunt gericht op kinderen, hygiëne en de toegang tot water in Oost-Afrika. Maar er is, met name onder ondernemers, ook interesse voor projecten in Nederland. Soms

vragen we NGO's om een financieringsvoorstellen in te dienen. De klant blijft op die manier nog even anoniem.'

Ondernemende geest

In het onderzoek van AAMP worden filantropen onderverdeeld in vier groepen: 'geefondernemers', die een duidelijke visie hebben op de doelen die zij willen steunen

en daaraan ook richting willen geven; 'geefmanagers', die iets meer afstand nemen en het beheer van hun goede doelenportfolio onderbrengen bij een family office of een eigen stichting; 'geefgidsen', die wel zich betrokken voelen, maar geen bemoeienis willen met de operationele uitvoering van de goede doelen; en tot slot, de 'geefconsument', die alleen geld geeft

‘De 20 procent meest vermogende Nederlanders zijn samen verantwoordelijk voor bijna 90 procent van het totaal aan giften’

en verder geen betrokkenheid wenst.

Ondernemers behoren, meer dan andere filantropen, vaak tot de eerste twee categorieën, denkt Van Maasdijk: ‘De ondernemende geest zie je terug in hun alles wat zij doen. Soms richten ze een stichting op waarmee ze zelf projecten gaan opzetten, of ze nemen plaats in het bestuur van een organisatie waar ze aan doneren. Alleen een cheque uitschrijven is voor deze groep niet genoeg.’

Dat ondernemers graag invloed uitoefenen op de besteding van hun gift, heeft ook te maken met de scepsis over gevestigde goede doelen. In veel van de interviews die onderzoekers van AAMP hielden met vermogende klanten, kwam deze klacht terug. Uit een van de interviews: ‘Ik heb door de jaren heen de één na de ander geschrappt. Zeer tot mijn spijt. Ja, je kent al die verhalen wel: te hoge salarissen, te mooie grachtenpanden.’

Van Leer

Onder invloed van betrokken ondernemers verandert de filantropie, zegt ook *Rien van Gendt*: ‘Er zijn in Nederland tweeduizend vermogensfondsen. De helft is ontstaan na 1990. Een groot deel is opgericht door actieve ondernemers.’ Van Gendt zit als enige niet-Amerikaan in het bestuur van Rockefeller Philanthropy Advisors. Hij was vijftien jaar geleden zelfs de eerste niet-Rockefeller in het gezelschap. Zijn bijzondere positie heeft hij te danken aan een lange staat van dienst in de internationale filantropie. Zo is hij al jaren bestuurder van de Van Leer Group Foundation, een vermogensfonds dat eind jaren vijftig is opgezet met geld uit de nalatenschap van Bernard van Leer, directeur van de Van Leer Vatenfabriek en ooit een van de rijkste Nederlanders.

‘Er is de laatste jaren een ander soort

filantropie aan het ontstaan,’ constateert Van Gendt. ‘In de Verenigde Staten wordt wel gesproken over “venture philanthropy”. De nieuwe generatie filantropen is ondernemender, meer geëngageerd en bereid om grotere risico’s te nemen. Controversiële projecten worden niet uit de weg gegaan. Met de Van Leer Group Foundation hebben we bijvoorbeeld een speciale aflevering van Sesamstraat gemaakt voor Palestijnse én Israëliëse kinderen. Het Stout Fonds van de Start Foundation betaalt de boetes die werkgevers krijgen van de arbeidsinspectie omdat ze jongeren zonder verblijfsvergunning een stageplek aanbieden. Charitatieve instellingen zijn soms een luis in de pels van overheden.’

Daadkracht

Hoogleraar *Lucas Meijs*, verbonden aan de Rotterdam School of Management, doet al jaren onderzoek naar filantropie. Ook hij ziet een toenemende invloed van entrepreneurs op de filantropie. ‘Zelfs het taalgebruik verandert,’ stelt Meijs. ‘Ondernemers financieren graag verandering. Een term als “impact investing” vloeit daaruit voort.’

Sommige goede doelen moeten wenen aan de ondernemende, geëngageerde gevers. Meijs: ‘Die organisaties zijn gewend om hun eigen ding te doen. Nu krijgen ze opeens te maken met iemand die met zijn bedrijf, bij wijze van spreken, veel fietsen heeft verkocht en nu denkt te

weten hoe hij de honger in Afrika moet oplossen. Laatst nog sprak ik een ondernemer die het probleem van de vergrijzing wel even wilde aanpakken. Met hun daadkracht schieten ondernemers soms door.’ Van Maasdijk: ‘Goede doelen moeten hun eigen strategie blijven bepalen, maar ze moeten ook rekening houden met grote donateurs die inspraak willen. Naar die balans is het soms even zoeken.’

Bescheidenheid

Door de opkomst van een nieuwe generatie ondernemende weldoeners gaat de Nederlandse filantropie iets meer op de Amerikaanse lijken. Meijs ziet vaker dat filantropen hun naam willen verbinden aan een gift. Maar in vergelijking met hun Amerikaanse tegenhangers blijven de Nederlandse gevers bescheiden. Buiten Joop van den Ende zijn er nauwelijks bekende Nederlandse filantropen. De meeste familiestichtingen gaan nog steeds schuil achter anonieme namen.

Bescheidenheid is nu eenmaal diep geworteld in de onze cultuur, denkt Meijs: ‘De historicus Simon Schama beschrijft in zijn boek *Overvloed en onbehagen* hoe welvarende Nederlanders in de Gouden Eeuw hun rijkdom verscholen achter de façade van een herenhuis, terwijl in een land als Italië de welvaart zeer opzichtigen toon werd gespreid. Nog steeds pronken wij niet graag met onze rijkdom, zelfs niet als we het geld juist willen weggeven.’

Van Gendt, die regelmatig in het gezelschap verkeert van de Rockefeller - de bekendste filantropenfamilie ter wereld - vindt Nederlandse filantropen soms iets té terughoudend: ‘Sinds 1 januari 2014 hebben erkende goede doelen een publicatieplicht, wat onder meer betekent dat ze publiek moeten maken van wie het geld afkomstig is. Veel families verzoeken de belastingdienst om hiervan uitgezonderd te worden. Daardoor lijkt het soms, volkomen ten onrechte, alsof de stichtingen iets te verbergen hebben.’

Vermogensfondsen

Veel rijke filantropen richten een eigen vermogensfonds op (formeel een ‘charitatief vermogensfonds op naam’). Een vermogensfonds bezit een stamkapitaal dat wordt behouden, maar het jaarlijks rendement besteedt het vermogensfonds aan een maatschappelijke doelstelling. Behalve dat een vermogensfonds bepaalde fiscale voordelen biedt, is het ook een manier om de familie te betrekken bij de filantropische activiteiten. Vaak zitten er meerdere familieleden in het bestuur van de stichting. Dat is overigens ook een handige manier om kinderen en kleinkinderen te leren om verantwoord met geld om te gaan, want de besteding van het kapitaal is gebonden aan statutair vastgelegde doelstellingen.