

Voorzitter en founder van het originele initiatief Net4kids, Loek van den Boog, wilde graag meedoen aan *Langs de Blauwe Meetlat*. ‘De Dikke Blauwe draag ik een warm hart toe. Ze kunnen zo heerlijk aan de boom schudden, bijvoorbeeld stevige discussies opzetten over de stelling dat goede doelen hun impact moeten meten en nuttige bijdragen leveren aan de strijkstokdiscussie. Vervelend woord trouwens.’ Van den Boog gaat nieuwsgierig het interview in, oftewel ‘de benchmark’.

Langs de Blauwe Meetlat: Loek van den Boog ‘Bedrijven die goed doen, zijn succesvoller’



Weten is meten

De Dikke Blauwe is vorig jaar gestart met een nieuwe serie portretten van directeuren, bestuurders en andere invloedrijke personen in de wereld van filantropie, kunst en cultuur. Met een knipoog naar het feministisch maandblad *Opzij*, houden we hen daarbij langs onze ‘Blauwe Meetlat’ en creëren we een eigen filantropische benchmark. Kansfonds-directeur Henriëtte Hulsebosch beet het spits af, nu zoomen we in op Loek van den Boog, oprichter en voorzitter van Net4kids, de kinderpulporganisatie voor ondernemingen.

Door *Barbera Elgersma*

Geld maakt je nog niet een beter mens. Een uitspraak van mijn moeder, die altijd zo heerlijk kon relativeren’, vertelt Loek van den Boog met warmte in zijn stem.

‘Ik ben geboren en getogen in Amsterdam. Af en toe hoor je dat nog aan mijn accent. Mijn vader had een goede baan, maar ik kom niet uit een rijk gezin, hoewel mijn twee broers en ik nooit het idee hebben gehad dat we arm waren. Ik ben opgegroeid met vijf personen in een woning van tachtig vierkante meter. In ons gezin werd het belangrijk gevonden dat je omkeek naar de ander die het minder had. Tussen 1984 en 1996 heb ik bij het Amerikaanse softwarebedrijf Oracle gewerkt (Van den Boog werd uiteindelijk Senior Vice President EMEA, red.). Dat was één groot feest. Het was een fantastische werkomgeving: hard presteren en veel geld verdienen. Toen deed mijn moeder dus die uitspraak. Het zette mij aan het denken: wat maakt je dan wél een beter mens? Ik bedacht dat geld verdienen alleen niet het doel kon zijn.’

Alweer zeventien jaar legt Van den Boog zijn ziel en zaligheid in Net4kids, de kinderpulporganisatie die hij samen met zijn vrouw Anke van den Boog heeft opgericht. Hier komen de waarden van zijn opvoeding, zijn opleiding als registeraccountant (cum laude afgestudeerd!, red.), uitgebreide werkervaring, levensvisie en levenservaring samen tot een heldere missie: bedrijven verbinden met effectieve kinderpulpprojecten, helemaal op maat. In Nederland is er geen andere organisatie te vinden die zo te werk gaat.

Wie hebben u geïnspireerd als het gaat om filantropie en Net4kids?

‘De Amerikaanse filantroop Chuck Feeney is een van mijn grote inspirators. Een major donor avant la lettre. Feeney is de oprichter van The Duty Free shops in Amerika. Hij verkocht de hele keten veertien jaar geleden voor acht miljard dollar en besloot het geld bijna allemaal weg te geven. Zelf hield hij 0,01 procent over. Een deel van het geld heeft hij in private equity gestopt, zodat hij meer weg kon geven. Hiervoor heeft hij General Atlantic opgericht, een internationale verstrekker van groeikapitaal. Feeney zegt: “Wees genereus in het delen.” Zo denken Anke en ik ook.’ Overigens is Loek van den Boog sinds maart vorig jaar weer in dienst bij General Atlantic Netherlands, nu als speciaal adviseur en voorzitter.

‘Een andere belangrijke inspirator is Marc Benioff. Hij is een collega van mij geweest bij Oracle en heeft Salesforce.com opgericht, een enterprise cloud computing-bedrijf. Marc heeft meteen bij de oprichting het nu bekende 1-1-1-model geïntroduceerd. Dat betekent dat 1 procent van de winst, 1 procent van de werknemersuren en 1 procent van het product moeten bijdragen aan de gemeenschap. In Salesforce Foundation gaan nu honderden miljoenen om.’

‘Iemand als Bill Gates vind ik ook inspirerend. Hij gaat voor maximale impact, in een orde van grootte die voor anderen onbereikbaar is. Verder vind ik het fenomenaal wat de Nederlander Robert Jan van Ogtrop uitdraagt als het gaat om duurzaamheid. Hij is de oprichter van de not-for-profit organisatie Circle



Economy, waar wordt gekeken hoe je versneld naar een circulaire economie kunt gaan. Ook is hij de facilitator van de Foundation for Natural Leadership dat leiders de mogelijkheid biedt helemaal terug te gaan naar de natuur om hun leiderschapskwaliteiten aan te scherpen.’

‘En dankzij de Zweedse arts en hoogleraar Hans Rosling weet ik dat het goed is wat we met Net4kids doen. Hij toont in zijn boek *Factfulness* aan dat je door veel kleine stappen op lokaal niveau een groot verschil in de wereld kunt maken.’

Hoe is Net4kids tot stand gekomen?

‘In 1996 stapte ik uit Oracle. Ik wilde meer tijd voor mijn familie en ik wilde gewoon delen. Daar heb ik ook mijn soulmate gevonden in Anke. We namen contact op met de grote goededoelenorganisaties om een deel van ons vermogen te schenken. Maar wij kwamen erachter dat we bij hen niet rechtstreeks konden investeren in een project van onze keuze en geen inzicht konden krijgen in de resultaten van een project. We wilden graag return on investment zien, ook al is dat alleen social return on investment. We konden wel de jaarverslagen inkijken, maar die waren heel algemeen en boden alleen maar mooie verhalen. Irreëel. In IT werkend, weet ik dat een project ook weleens misgaat.’

‘In die allereerste periode heeft Unicef, het Kinderfonds van de Verenigde Naties, toen iets heel goeds gedaan. Zij hebben ons direct gekoppeld aan een project in Soedan, opgezet door de Indiase ontwikkelingswerker Sharad Sapra. Hij zei tegen mij: You have to think micro, not macro. Heel mooi. We zijn meteen helemaal los gegaan op dat project. We zagen direct waaraan ons geld besteed zou worden, direct wat de doelstelling was en direct wat de resultaten waren. Dit is de basis van Net4kids geworden.’

‘We hadden al in 1999 een stuk van ons vermogen ondergebracht in een familiestichting. In 2001 hebben we er een publieke organisatie gemaakt en een soort pilot gedaan. We ontwikkelden een platform dat niks anders deed dan een match maken tussen een donateur en een project. Toen we ermee begonnen, vloog het meteen in positieve zin de bocht uit. In 2003 hebben we Net4kids opgericht en een deel van ons vermogen in die stichting gealloceerd. We merkten dat het bedrijfsleven enorm aansloeg op Net4kids.’

Profiel

Naam Loek van den Boog

Leeftijd 66

Huidige functie Senior Advisor en Chairman van General Atlantic (GA) Netherlands

Huidige maatschappelijke (neven)functies Oprichter en voorzitter Net4kids

Ooit in de ranglijst DDB100 gestaan? Ja, plaats 35 nu.

Opvallend: Van den Boog heeft met Net4kids, toen DDB nog 'FM' heette, al eens een bekroning gekregen: een special FM50-Award. FM50 was de voorloper van DDB100.

Auto of trein? De elektrische auto. Trein kan ook heel comfortabel zijn als je niet in de file wilt staan of verder weg gaat.

Grootste inspiratiebron De Amerikaanse softwareondernemer Marc Benioff.

Bedrijven willen hun geld niet zomaar op de grote hoop gooien. Zij willen ook zien hoe effectief een bepaald project is.'

Waarom koos u vanaf het begin voor projecten die gericht zijn op kansarme kinderen?

'Simpelweg omdat kinderen niet kunnen kiezen waar ze geboren worden. De wereld is superongelijk verdeeld. Je moet wel je ogen in je zakken hebben als je niet ziet dat wij het hier heel erg goed hebben en dat dat ten dele ten koste gaat van degenen die het niet zo goed hebben. Ik ben best een fan van globalisation, maar we weten ook allemaal dat daar nadelen aan zitten. Een van die nadelen is dat degenen die aan het eind van de economische keten zitten, gewoon geen macht hebben. Dat zijn dan toch vaak de armere gezinnen waar de kinderen geen kansen krijgen en niet naar school kunnen gaan. Zij gaan het niet redden en hun kinderen ook niet. En dan is de cirkel weer rond. Net4kids zorgt ervoor dat deze kinderen in veiligheid en gezondheid kunnen opgroeien en dat ze educatie krijgen.'

Wat maakt Net4kids onderscheidend binnen de wereld van de filantropie?

'We bieden ten eerste een perfect match, dus een heel directe en intense een-op-een-verbinding tussen een bedrijf en een lokaal project. Door die match kunnen bedrijven ook hun werknemers en klanten bij de resul-

taten betrekken. Ten tweede focussen we ons volledig op het bedrijfsleven. Bedrijven hebben heel veel power, kennis en geld om het verschil te maken. Met ons netwerk kunnen we nu vijf keer zoveel kinderen helpen. Dus wat wij erin steken levert vijf keer zoveel op in termen van geld voor kinderen. Wij kijken daarbij ook of het nieuw geld is, geld dat anders niet besteed zou worden. We zijn er inmiddels achter dat dit het geval is. Bedrijven zeggen vaak: We geven 1.000 euro hier, 5.000 euro daar. Als ze met ons gaan werken, wordt het effectiever en gaat het vele malen over de kop.'

'Ook onderscheidend is dat projectorganisaties de resultaten van hun project kunnen uploaden in een onlinesysteem van ons. Niet alleen rapportages, maar ook foto's en filmpjes. En dat geven we online door aan het bedrijf dat het project steunt. Alles kan zo gemakkelijk intern gedeeld worden.'

Kunt u een toonaangevend project van Net4kids beschrijven?

'Een mooi voorbeeld is het project Takoradi Educatie en ICT Centrum in Ghana. Het doel is kinderen aldaar een breder wereldbeeld te geven en hen vaardigheden te leren waarmee zij meer kans maken op de arbeidsmarkt. Het bedrijf IMPROVED Corporate Finance is gekoppeld aan dit project en richt zich hierbij specifiek op de financiering van de digital marketeer opleiding. IMPROVED is ook persoonlijk betrokken bij de voortgang en ontwikkeling van de jongeren. Inmiddels heeft het Nederlandse bedrijf Ctaste zelfs een opdracht gegeven aan een van de digital marketeers die de opleiding van ons heeft gedaan. Heel gaaf!'

'Een ander voorbeeld zijn de Rainbow Homes, opvang en educatie voor straatkinderen in India. Een prachtig programma dat is op gezet door Partnership Foundation en dat wij ondersteunen. Het Rainbow Homes programma biedt persoonlijke zorg, aandacht, een thuis en een opleiding aan voormalig straatmeisjes in India. Een van de donateurs is het crowdsourcing bedrijf Roamler in Amsterdam. Roamler werkt met behulp van een app waarmee mensen geld kunnen verdienen door het uitvoeren van afgebakende taken met hun smartphone, onder meer voor mensen die op de arbeidsmarkt kansarm zijn. Deze mensen worden zo in staat gesteld om geld te verdienen met klusjes. Daarnaast brengt Roamler ze verder door ze een opleiding te geven zodat ze een



10 Pistool op de borst-vragen:

Filantropisch bestuurswerk is hoofdzakelijk een hobby van hoogopgeleide, economisch zelfredzame Nederlanders.

'Oneens. Een goedbedoelenorganisatie moet gewoon goed geleid worden. Professioneel, niet alleen maar als een hobby.'

Filantropie moet altijd honderd procent privaat blijven.

'Eens. De overheden hebben bewezen dat de horizon tot de volgende verkiezing ligt. Wat de overheid wel moet blijven doen, is ontwikkelingssamenwerking. Liefst op een zo bedrijfsmatige leest geschoeid.'

Filantropie is uiteindelijk een druppel op een gloeiende plaat van (te) grote, complexe problemen.

'Oneens. Vele malen micro maken ook macro.'

In filantropie zit links- of rechtsom altijd een vorm van eigenbelang.

'Dat is een goeie. Oneens als het gaat over particuliere initiatieven. Het moet gewoon in je zitten. Het voelt goed of niet. Ik kan mij niet voorstellen dat mensen alleen maar goed doen als een camera meeloopt. Ondernemingen daarentegen zullen het niet alleen vanuit eigen belang doen, maar inmiddels is wel duidelijk geworden dat bedrijven die sociaal ondernemen succesvoller zijn.'

Filantropie is uiteindelijk een zaak van het hart, niet van het hoofd.

'Eens. Het hoofd komt erbij, omdat je het zo effectief mogelijk moet doen. Het begint altijd vanuit een sociale bewogenheid.'

Jaarverslagen van filantropieorganisaties zijn papierverspilling.

'Het is geen verspilling, maar het is niet genoeg. Wij geloven ook in het laten zien van maatschappelijk rendement. Daarover moet je ook rapporteren.'

Er is sprake van 'roze wolk-marketing' richting financiers.

'Bij ons zeker niet, maar het gebeurt wel. Wij laten de resultaten genadeloos zien, ook als het misgaat.'

'Diversiteit in bestuur en toezicht werkt beter' is een fabeltje.

'Hartgrondig oneens. In ongeveer 23 jaar heb ik zo'n 26 bedrijven begeleid. Ik vind dat een board evenwichtiger functioneert als er meer diversiteit is.'

Voor een overwegend seculier land, heeft Nederland wel een opvallend christelijke filantropie-moraal: de linkerhand mag beslist niet weten wat de rechter doet. 'Doe goed en zie niet om.'

'Wij propageren dat je als bedrijf goed moet communiceren over goed doen of maatschappelijk verantwoord ondernemen. Goed voorbeeld doet goed volgen. Je inspireert mensen.'

Goed doen is het nieuwe rijk zijn.

'Eens. Ik vind de woordkeus leuk en het is gewoon waar. Wat we onder het mom van filantropie doen is nuttig en vooral ook heel leuk om te doen. Er komt zoveel energie voort uit onze projecten voor bedrijven en dat geeft weer nieuwe energie.'

beter inkomen kunnen krijgen. Wat is er nou mooier dan dat ook te doen voor straatkinderen in India?'

Hoe gaat uw organisatie na wat de impact van de projecten is?

'Wij kijken naar de resultaten van projecten. De financiën moeten goed zijn. Er moet geen geld over de balk gesmeten worden. We hebben daar een speciale impactmeting voor en we doen aan benchmarking: vrij veel projecten van ons kunnen goed met elkaar worden vergeleken. Maar we kijken natuurlijk met name naar wat onze projecten doen voor de kinderen. We willen dat zij een veilige omgeving krijgen, gezond blijven en kunnen leren om een diploma te behalen en uiteindelijk een baan te bemachtigen. Dat moet je vooral laten zien aan bedrijven. Daarom rapporteren wij zo ongelooflijk veel (zesmaandelijks). En het is naadloos rapporteren: er zit niks tussen, we geven het allemaal een-op-een door. We werken alleen met projectorganisaties die snappen dat dit belangrijk is.'

'We bezoeken ook zelf regelmatig de projectorganisaties en we werken met lokale organisaties die voor ons langs gaan en monitoren. Daarnaast doen we twee keer per jaar stakeholder trips met onze sponsors en donateurs. De laatste keer was het Nepal. Voor de mensen die op bezoek zijn geweest, is de retention rate honderd procent. We kennen niemand die het met eigen ogen heeft gezien en die daarna stopt. Het werkt gewoon heel goed.'

'Uit onderzoek van het consulting bureau BCG blijkt dat bedrijven die aan goede doelen doen succesvoller zijn. Zij maken gemiddeld twaalf procent meer winst en hebben een drie tot negentien procent hogere ondernemingswaarde. Medewerkers vinden het tegenwoordig ook belangrijk dat hun bedrijf maatschappelijk actief is, vooral millennials en de Generatie Z.'

Wat wordt er gedaan om zoveel mogelijk geld naar projecten te laten gaan?

Wij zeggen vóóraf dat we negentien procent kosten maken. Tien procent daarvan bestaat uit projectgerelateerde kosten, waaronder selectie, monitoring, rapportage en benchmarking, en we hebben maar negen procent overige kosten. Dat betekent dat we een totale doelbesteding hebben van 91 procent. Dus van elke euro gaat 81 eurocent naar de lokale projectorganisatie, tien eurocent dekt onze eigen projectorganisatie en negen eurocent

onze overige kosten. Onze eigen organisatie moet binnen die negentien procent kosten blijven. Maken we meer kosten, dan dekken we die zelf in. Daar hebben we eigen middelen voor. Als je transparant bent over de kosten, dan schept dat vertrouwen.'

Wie zijn de partners van Net4kids?

'Als het gaat om de projecten, dan hebben we aan de ene kant de lokale projectpartners die worden gedragen door de lokale community. Aan de andere kant zijn er de bedrijven die projecten financieren. Daar hebben we een partnership mee. Samen met die bedrijven kijken we hoe hun werknemers en zelfs hun klanten betrokken kunnen worden bij een project. Daarnaast hebben we acht ambassadeurs, allemaal sterke ondernemers, die bekendheid geven aan Net4kids. Verder hebben we bedrijven die ons helpen met de bedrijfsvoering. Profource doet onze administratie gratis. Het softwarebedrijf Mendix helpt met ons IT-projectplatform en we krijgen alle licenties gratis. Van Salesforce.com krijgen we alle producten gratis, in het kader van 'charity programmes'. We maken gebruik van het donatie- en crowdfundingplatform Pifworld.com. En het pr-bureau Blyde daagt

ons uit door stevige vragen te stellen: Wat is nou precies de passie van Net4kids? Wat is onderscheidend? Zij stellen die vragen, omdat ze zo met impact over Net4kids kunnen communiceren. En voor ons is het waardevol om op deze manier gefocust te blijven.'

Wat is op dit moment uw eigen bijdrage aan Net4kids?

'Ik ben voorzitter van bestuur. Mijn vrouw Anke is directeur (pro bono) en doet de dagelijkse leiding. Mijn rol is met name praten met bedrijven, ondernemers en ceo's om hen te stimuleren meer te doen aan goede doelen. De volgende vragen kunnen ter tafel komen: Hoe zie je csr? (corporate social responsibility) of mvo? Welk project zou bij je passen? Vier van de vijf bedrijven die ik spreek, zeggen: "Ik wil dat csr meer leeft onder mijn werknemers." Als een bedrijf een match heeft met een van onze projecten, dan heb je een stevige basis. We merken dat werknemers er trots op zijn dat ze bij een bedrijf werken dat maatschappelijk actief is.'

Kijkend naar Net4kids, waar bent u dan het meest trots op?

'De teller staat nu op 230.000 kinderen die via Net4kids zijn geholpen. Het zijn er meer dan 20.000 per jaar. Dat doen we met een vijftigtal bedrijven en vijftien lokale projectorganisaties. Ik ben er trots op dat we alleen maar werken met projectorganisaties die lokaal zijn ontstaan en die lokaal gerund worden. Daar zitten fantastische mensen bij die hun hele ziel en zaligheid eraan wijden. Dat zijn de echte helden! Daarnaast voelt het vergroten van die geldstroom heel goed. We stimuleren bedrijven dingen te doen die ze anders niet gedaan zouden hebben of niet in die orde van grootte. Nu gaat er veel meer geld over tafel, veel meer ook dan wij privé hadden kunnen doen. Superleuk en heel dankbaar.'

Leeft u de missie van uw organisatie? En zo ja, hoe?

'Dat kun je zeker zeggen! Net4kids is volledig afgestemd op onze passie om kinderen te helpen en om dat samen te doen met ondernemers. We besteden daar veel tijd en energie aan.'

Geeft u geld bij nationale inzamelingsacties?

'Nationale inzamelingsacties vind ik lastig. Ze zijn ondoorzichtig. Je weet nooit precies wat er met het ingezamelde geld gebeurt. Het staat diametraal tegenover wat we met Net4kids doen, dus heel direct en kleinschalig.'



Hoeveel procent van uw inkomen schenkt u aan goede of maatschappelijke doelen?

'We geven aan Greenpeace en Artsen zonder Grenzen. Verder hebben we nog een familiestichting waarmee we goede dingen doen. Verder wil ik er graag nog het volgende over zeggen: in 1999 had ik tien procent van mijn vermogen gealloceerd in een familiestichting. Vervolgens was er mijn scheiding en de internetbubble die een jaar daarna barstte. Alles wat we nog aan vermogen hadden, zat in die stichting. We hebben toen weleens overwogen om er geld uit te halen. Toch hebben we dat niet gedaan. Wel hebben we heel goed nagedacht over hoe we het geld zo effectief mogelijk konden inzetten. Toen is het idee geboren om een platform op te bouwen voor bedrijven die projectmatig kansarme kinderen willen helpen. We zijn happy dat we het zo gedaan hebben. Het is met ons financieel weer goed gekomen en Net4kids heeft een heel mooie vlucht genomen.'

Overweging

Rasoptimist, pionier en altruïstische persoonlijkheid. Van den Boog is het allemaal. Op hemelen? Nee, het is gewoon zo. Toen hij er financieel slecht voor stond, heeft hij toch het geld in de familiestichting laten staan. Het was de eerste financiële aanzet voor Net4kids. Het idee voor dit vernieuwende filantropisch initiatief ontstond toen Loek van den Boog en zijn vrouw zo teleurgesteld waren door de weinig coöperatieve opstelling van de grote doelenorganisaties. Als kleinere organisatie is Net4kids uitgegroeid tot een belangrijke schakel in een veel groter geheel. Net4kids is nu een effectieve matchmaker: bedrijven koppelen aan het kinderplichtproject dat het best bij hen past. De impact die dat oplevert maakt Van den Boog nog elke dag blij. ◀

Eindscore: 9,1.