

Jun. '06 - Uit het FD: Ondernemen met God

Drie van de vier Nederlandse ondernemers zeggen hun werk mede op basis van hun levensovertuiging in te richten, bleek recentelijk uit onderzoek. Maar valt het ondernemerschap wel te rijmen met het geloof en welke dilemma's roept dat dan op? 'Winst maken is gewoon ontzettend belangrijk'

Anton Niese kan niet anders, zegt hij. Hij is ondernemer én gelovig. Zijn onderneming vormt voor hem, net als zijn gewone leven, een getuigenis aan God. 'Ik ben ondernemer tot eer van God', zegt hij hierover. 'Hij inspireert mij.' Niese is oprichter van Toptech uitzendbureau, dat technici zoals loodgieters en timmerlieden tijdelijke klussen bij opdrachtgevers biedt. Elke maandagochtend, bij aanvang van de werkweek, bidt hij samen met zijn collega's. 'Dan lezen we uit de Bijbel en spreken onze dankbaarheid uit. We danken bijvoorbeeld onze flexwerkers en bidden voor onze opdrachtgevers. Dat duurt geen uren, maar ongeveer een kwartiertje.' Toptech is een christelijk bedrijf; de medewerkers zijn zwaar gereformeerd tot licht evangelisch. Zelf is Niese evangelisch. Voor alle medewerkers is de Bijbel leidraad voor hun dagelijks handelen, vertelt Niese. Dat gaat bij Toptech zo ver dat de tien geboden vertaald zijn naar tien gedragscodes. In elk van de zeven filialen van het uitzendbureau hangt een A4'tje met de door de Bijbel geïnspireerde gedragsregels. Zo luidt regel 1: 'Wij ondernemen in afhankelijkheid, want we vertrouwen op God en durven Hem op zijn woord te nemen.'

Geloof in een God is voor veel ondernemers van invloed op het dagelijkse werk, blijkt uit recent onderzoek van de Universiteit van Tilburg. Driekwart van de Nederlandse ondernemers laat zich naar eigen zeggen bij zijn dagelijkse werk beïnvloeden door zijn levensovertuiging. Hoe ze hun geloof vertalen naar hun werk hangt onder meer af van hun godsbeeld, vertelt Johan Graafland, hoogleraar economie, onderneming en ethiek aan de Universiteit van Tilburg, die samen met Corrie Mazereeuw en Muel Kaptein voor het onderzoek 470 ondernemers ondervroeg. De ondernemers vertegenwoordigden diverse levensovertuigingen: rooms-katholiek, reformatorisch, evangelisch, overige protestants-christelijke overtuigingen, joods en boeddhistisch en zij die geen levensovertuiging zeggen te hebben.

Graafland: 'Een ondernemer die God ziet als schepper zal meer gefixeerd zijn op het benutten van zijn eigen talenten. Terwijl ondernemers die God zien als bestuurder, degene die het leven stuurt, daaraan steun zullen ontnemen in dagen dat het slecht gaat met het bedrijf. Immers, alles heeft een bedoeling, zo redeneren zij, en God bepaalt.' Ook worden religieuze begrippen als naastenliefde en rentmeesterschap door ondernemers in de praktijk gebracht, zag Graafland. 'Hulp bieden aan je medewerkers gebeurt soms door het geven van financiële hulp bij geldproblemen. Ook zie je dat advocaten door het bedrijf geregeld worden om mensen bij te staan in geval van persoonlijke problemen. Dat zit tegen een vorm van naastenliefde aan.' Verder blijkt het geven om het milieu vaak terug te voeren tot het geloof. Graafland: 'Ondernemers die een notie hadden van het rentmeesterschap, bleken een grotere motivatie te hebben om goed met het milieu om te gaan.' Andere waarden die Graafland terugzag bij de ondernemers waren onder meer: barmhartigheid, vergeving (een tweede kans geven), zorg voor je medemens, gebruik van je talenten, geduld (iemand niet zo snel de deur wijzen).

Dilemma's

Ondernemers blijken dus opvallend vaak gemotiveerd door religieuze waarden bij hun dagelijkse beslissingen. Tevens blijkt uit het onderzoek dat ondernemen met God aan je zijde dilemma's op kan leveren. In het zakenleven, waarin 'survival of the fittest' het motto is, is vaak weinig plaats

voor goede bedoelingen. Volgens Graafland ervaren ondernemers die geloven in een God meer dilemma's dan zij die geen geloof aanhangen. Hij geeft een voorbeeld uit de praktijk: 'Een ondernemer van katholieke huize vertelde ons dat hij chemicaliën zonder vergunning op een terrein stalde. Er brak brand uit. Bij het bezoek van de milieucontroledienst heeft hij zijn misstappen verzwegen om een boete en reputatieschade te voorkomen. Een ander voorbeeld betreft een protestantse accountant die op verzoek van een klant een transactie antedateerde in verband met een belastingwijziging. Achteraf had de accountant vreselijke spijt. Volgens zijn geloof had hij gewoon eerlijk moeten zijn.'

Ook Anton Niese is niet vrij van zonden, erkent hij ronduit. 'Ik ervaar bijna iedere dag dilemma's', zegt Niese. 'Ik ben ook zakenmens, iemand van vlees en bloed. Paulus zei: wie zonder zonde is, werpe de eerste steen.' Niese kreeg een keer van een groot uitzendbureau een lijst met namen en telefoonnummers aangeboden. Op die manier zou hij een nieuwe groep met flexwerkers kunnen aanboren. 'Het lijstje kostte me 250 euro. Ik zei: doe maar. Een collega van me hoorde het, en zei: "Wat doe je nu? Dat kan niet, dat hoort niet." Maar goed, ik had het al gedaan. Het voelde als een harde klap tegen mijn kop. Waar ben ik nu mee bezig, dacht ik. Ik heb de lijst meteen in de papierversnipperaar gedaan.' De druk om te presteren vertroebelt kennelijk de zuivere bedoelingen. Toch houdt Niese meestal de lei schoon. Het aanbod van een flexwerker om bij Toptech aan de slag te gaan voor een euro per uur meer dan het uitzendbureau waarvoor hij werkte, sloeg hij bijvoorbeeld af. 'Dat is vlugge winst, dat doen wij dus niet.'

Ook Jan Baan, voormalig directeur van Baan Company, nu eigenaar van Cordys, ziet dat ondernemen volgens christelijke principes geen sinecure is. ' 's Ochtends begin ik de dag vol inspiratie en verwachting om dienstbaar te mogen zijn, 's avonds overheerst teleurstelling en vraag ik vergiffenis aan God', vertelt hij in zijn werkkamer op kasteel De Vanenburg. Want goed én kwaad zit in ieder mens, ook in hem, weet hij. 'Jazeker, dat realiseer ik me niet alleen, ik ben er ook bang voor. En ik hoop dat ik ervoor beschermd word.' Terugkijkend op de zwarte periode van Baan Company, ziet Jan Baan dat zijn ego te groot werd. Baan: 'Zonder ego geen drive. Alleen, hoe groter je positie, des te meer voeding eraan gegeven wordt. Je ego wordt onredelijk groot, en wordt een bedreiging voor jezelf. Je krijgt een soort Idols in Business. Dat zag ik achteraf pas. Het wordt onder meer gevoed door de Nasdaq en de pers. Want de pers praat liever met een idol. Maar van zo'n ego kun je gigantisch het slachtoffer worden.' Zijn ego vertroebelde zijn geloofsbeleving, zegt hij nu. 'Dat is een leerproces geweest. Je ego moet eigenlijk ten goede komen aan het instituut, in dit geval Baan Company.'

Littekens

Maar fouten maken is onvermijdelijk, weet Baan. In zijn vorig jaar verschenen boek *Op weg naar marktleiderschap*, mijn leven als ondernemer zegt hij daar het volgende over: 'Naarmate je veel mogelijkheden aangrijpt, maak je meer fouten. Waar het om gaat is dat je dienstbaar bent. Die invulling geldt ook voor mij als ondernemer. Een rentmeester zal niet in de eerste plaats geld willen verdienen; hij zal willen helpen. Als ik mijn klanten een beter informatiesysteem aanbied, dan heb ik maatschappelijk toegevoegde waarde.' Want, redeneert Baan: 'Minder voorraden, minder vervuiling, een betere logistiek. Wij helpen ondernemers met de verbetering van hun bedrijf. Dat komt de maatschappij ten goede.'

Ondernemen als christen levert volgens hem altijd 'conflicterende elementen' op. Elke dag. Net als in het gewone leven. Baan: 'Dat zit in hele kleine dingen. Hoe doe ik bijvoorbeeld mijn reclame? Ik vind dat je niet mag liegen. Als je het zakelijk bekijkt, mag ik op het podium gaan

staan en mag ik mijn waren aanprijzen. Maar ik moet het wel eerlijk aanprijzen. Dat is altijd een dilemma. Dat betekent dat ik de verborgen elementen, die een ander niet ziet, nog eens goed onderstreep. Als ik bijvoorbeeld weet dat ik software verkoop aan iemand voor wie het geen toegevoegde waarde heeft, ben ik verkeerd bezig. Je moet het ethisch kunnen verantwoorden, dat is overigens niet alleen een christelijk uitgangspunt.'

Zakendoen is niet alleen eten of gegeten worden, vindt Baan. 'Je mag wel commercieel zijn, en hard tegen concurrenten, maar je moet er niet op uit zijn een concurrent onnodig af te maken. Een concurrent kan maatschappelijk toegevoegde waarde hebben.' Ook Niese is commercieel, maar niet ten koste van alles. 'We werken in de jungle van uitzendbureaus, dan moet je commercieel zijn. Maar ik ga bijvoorbeeld niet leveranciers afknijpen. Ik gun hun ook hun marge.' Ook aandelen verhandelen kan hand in hand gaan met het christendom, vindt Baan. Ze bijten elkaar niet. 'Nee hoor, dit geloof wordt beleefd in de maatschappij van vandaag, en dat is een andere maatschappij dan, zeg, 2000 jaar geleden. Binnen de structuren van deze maatschappij zit ook een economisch element; wat de Amerikanen noemen: greedy zijn, hebzucht; de drive om het vermogen te vermeerderen. Ik vind niet dat dit iets zondigs is. Het gaat erom: wat doe je ermee, hoe besteed je het?'

Toch levert zakendoen als christen volgens Baan per definitie pijn op. Hij vergelijkt het met een wit vel papier, dat altijd zwarte vlekken zal oplopen. 'Helemaal wit is het nooit, die perfectie streef je alleen na. Zo min mogelijk pijn. Maar er zullen altijd littekens zijn. Dat betekent: geen ruimte voor trots, en dat is weer het beste medicijn tegen hoogmoed.'

Knokken

Paul Koppert, christen en directeur van Koppert, internationaal marktleider op het gebied van biologische gewasbescherming, is als ondernemer vooral zakelijk, zegt hij. 'Winst maken is gewoon ontzettend belangrijk. We zitten in de agrarische markt, met kleine marges. Het is knokken.' Koppert gaat wekelijks naar de kerk en verzorgt daar de collecte. Tevens is hij voorzitter van de kerkrentmeesters, een vereniging die de financiële belangen behartigt van twee Nederlands-hervormde kerken in Berkel en Rodenrijs. Thuis bidt hij dagelijks tot God. Ook voor zijn bedrijf. 'Om me te behoeden voor verkeerde stappen.' Geloof is iets persoonlijks, vindt hij. Dus wordt er op het werk nauwelijks aandacht aan besteed.

Maar hoe zakelijk hij ook is, het christen-zijn neem je mee naar je onderneming, merkt Koppert. En volgens hem is dat logisch: 'Als je christen bent en je gaat wekelijks één uurtje naar de kerk, en verder doe je niets, wat voor christen ben je dan?' vraagt hij zich openlijk af. Koppert stuurde zijn relaties in het verleden soms een kerstkaart met een bijbelse spreuk. Over Christus als licht der wereld, herinnert hij zich. 'Ik ben het licht der wereld. Wie mij volgt zal nooit in duisternis wandelen.' Andere jaren werd er uit Jesaja geciteerd. De bijbelse teksten kwamen plotseling in een ander licht te staan toen Koppert enkele jaren geleden ging reorganiseren; er moesten mensen uit. Dat was erg moeilijk, ervoer Koppert. 'Dan moet je bij wijze van spreken afscheid nemen van mensen die naast je in de kerk zitten.' Om ex-werknemers niet te kwetsen, verdween afgelopen kerst de bijbelse spreuk van de kerstkaart. Maar daarmee is God niet uit het bedrijf verdwenen. Het bedrijf sponsort bijvoorbeeld een weeshuis in Uganda. Koppert: 'Dat doe je vanuit een bepaalde achtergrond.' Naastenliefde? Koppert: 'Wie goed doet, goed ontmoet.'

Net als Koppert houdt ook Jan Baan werk en geloof liever gescheiden. 'Ik ben een verklaard tegenstander van het vermengen van zakelijk en privé. Bezinning is voor mij persoonlijk essentieel, maar dat moet dan wel gebeuren in de vrije tijd. Overdag moet er gewerkt worden.'

Iemand's geloof mag best zichtbaar worden op de werkvloer, vindt Baan. 'Maar dan door daden, niet door woorden.' Wel probeert Baan 'vanuit een christelijke optiek het ondernemerschap in te vullen'. Hij probeert er zelf een invulling aan te geven, want christelijk ondernemerschap bestaat volgens hem eigenlijk niet. Baan: 'In de Bijbel kun je geen visie hierop vinden.' Niese is dat niet met hem eens. 'In de Bijbel staat genoeg. Zeker in Spreuken, dat is het handboek voor ondernemers. Zo staat in Spreuken 15, vers 22: Zonder goede raad gaan plannen teniet. Maar vele adviseurs doen plannen slagen.'

Ook maatschappelijk verantwoord ondernemen (mvo) lijkt gevoed te worden door het geloof in God, leert het onderzoek van Johan Graafland. Hoe intensiever het geloof in God, hoe meer belang wordt gehecht aan maatschappelijk verantwoord ondernemen. Wel blijkt, vult Graafland aan, dat in de praktijk het geloof minder waarde heeft. Veel ondernemers hadden minder aan mvo gedaan dan ze zich aanvankelijk hadden voorgenomen. Het onderzoek van Graafland had nog een andere opmerkelijke uitkomst. Graafland: 'Opvallend was dat managers met een rooms-katholieke levensovertuiging en managers zonder levensovertuiging een relatief sterkere economische oriëntatie hadden dan bijvoorbeeld protestantse managers. Ze hechten meer waarde aan winstmaximalisatie.' Volgens Graafland kan daardoor de stelling van Max Weber dat het Nederlandse kapitalisme vooral kon bloeien door de reformatie en het protestantisme, op zijn minst in twijfel worden getrokken. Graafland: 'Winstmaximalisatie is niet alleen iets voor protestanten.'

Of christelijke bedrijven die winst vooral met christelijke werknemers behalen, is niet bekend. Maar Niese vist naar eigen zeggen bij personeelswerving voornamelijk uit de christelijke vijver. Personeelsadvertenties verschijnen alleen in het Nederlands Dagblad en het Reformatorisch Dagblad. Toch hebben de christelijke medewerkers van Toptech niet de hele dag geloofsgenoten om zich heen. Dertig procent van de flexwerkers is islamitisch, schat Niese. Het inspireert de christelijke Niese tot het maken van een aangepast kerstpakket met soms een Bijbel erin. 'Dat is niet raar, vind ik. We respecteren elkaars geloof. Zij geloven ook in God en de Tien Geboden.'

Tot slot: heeft het geloof in een hemel en een hel nog invloed op het dagelijks handelen van ondernemers? Niet of nauwelijks, zegt Graafland. Christelijk zakendoen wordt volgens de ondervraagde ondernemers niet beloond met een plaatsje in de hemel. Graafland: 'De hemelse winstrekening is nauwelijks traceerbaar.' Niese is een andere mening toegedaan: 'God kijkt mee met je zakendoen, daar ben ik van overtuigd.' Ook Jan Baan gelooft dat God meekijkt. Maar erop afgerekend worden biedt geen hoop, zegt hij. 'Nee, het enige perspectief is alleen maar de genade van Jezus Christus.'

Door: Marc Doodeman - Copyright (c) 2006 Het Financieele Dagblad