

THE PRESENT POST 2020



2020, een jaar van professionalisering en improvisatie

In het jaar waarin de wereld op haar grondvesten schudde door de coronapandemie kreeg The Present juist een steviger fundament. Een belangrijke versterkende factor was dat Joukje en Roos van onbetaald naar (parttime) betaald werken gingen. Dat zorgde voor meer structuur en menskracht. Zoals Joukje het verwoordt: 'Het is niet meer: wie kan er toevallig vandaag? We hebben nu veel meer ruimte om vrijwilligers aan te sturen.' Daardoor kon ook de groep vrijwilligers groeien en bovendien meer gestructureerd werken.

Maar er gebeurde meer. Een nieuwe naam, een nieuwe brand en een nieuwe website zorgden voor een professionelere uitstraling en maakten helderder wat The Present doet en waar ze voor staat. Door een grotere focus op projecten en vraag en aanbod werd het ook eenvoudiger om iets te doen. Iedereen kan tegenwoordig via een blik op de website zien waar concreet behoefte aan is en waaraan zij of hij kan bijdragen. Met WENotME oftewel The Present Shop, die onder meer t-shirts verkoopt, werd een nieuwe campagne gestart waarmee gedoneerd kon worden aan onder andere Team Humanity en Family on a Mission. En dan was er de film die Robert-Jan Glas voor The Present maakte. Een plaatje heeft altijd meer impact dan een praatje. Deze brandmovie bestond uit

duizenden indrukwekkende plaatjes, en gaf zo in één klap een enorme impuls aan de naamsbekendheid en de potentie voor matchmaking bij ondernemers. De nieuwe aanmeldingen stroomden direct binnen. Binnen 24 uur verdubbelde onze database met ondernemers zelfs.

Natuurlijk had corona ook consequenties.

Een deel van de meetups werd online gehouden. De live bijeenkomsten kenmerkten zich altijd door veel warmte en energie, dus er was van tevoren wel wat zorg over het digitaal gaan. Maar zie, zowel organisatoren als deelnemers bleken razendsnel te kunnen omschakelen. De opkomst was ook digitaal steeds hoog, de sessies verliepen vlekkeloos en de animo was er niet minder om.

Toch valt de sfeer van een live bijeenkomst niet na te bootsen.

Een van de hoogtepunten van het jaar was de meetup in augustus in De Meervaart. Samen met Sounds of Change muziek maken en naar de magische harpmuziek van Lavinia Meijer luisteren, het was een onvergetelijke ervaring. Ook daar toonde zich weer het grote improvisatievermogen van de mens. Tijdens het optreden van Lavinia knapte een snaar van haar harp. In plaats van te stoppen, uitleg te geven of de snaar te vervangen, speelde Lavinia gewoon door. Dát tekende 2020.

Het kernteam

Roos Meijer sloot zich in 2018 aan bij The Present. Zij studeerde in dat jaar af aan het Conservatorium van Amsterdam en ontving vorig jaar haar Master in Songwriting van het Institute of Contemporary Music Performance in Londen. Sinds 2016 zet ze zich actief in voor vluchtelingen en heeft ze bij verschillende organisaties ervaring opgedaan als vrijwilliger, zowel in Nederland als in Griekenland. Als lid van het kernteam is ze verantwoordelijk voor de partnerships met initiatieven en de overall coördinatie van projecten.



Joukje Boeder versterkte het kernteam in 2019. Ze studeerde in datzelfde jaar af in Engeland met de master Religion, Politics & Society. Ze had toen van alles geleerd over de oorzaken van de vluchtelingencrisis, maar wilde ook bijdragen aan de oplossing ervan. Zo kwam ze bij The Present uit. Inmiddels werkt Joukje als projectmanager, hoofd events en 'vliegende keep' voor The Present.



En nog wat namen:

Marnix Geus richtte The Present in 2017 op en gaf op 1 januari 2021 de operationele leiding uit handen aan Roos en Joukje, maar blijft nauw betrokken als voorzitter van het bestuur. Dat bestaat verder uit **Suzanne Ekel**, **Suleyman Gogus** en **Jeroen van IJzerloo**. Vaste vrijwilligers zijn **Jorine van der Wurff** (personal assistant), **Nicol Sanders** (content creator), **Angelica Brandão** (matchmaker), **Jeske Eekelaar** (chief meetups), **Ariya Razmjou** (creatieve ondersteuning), **Anouk Hupkes** (team Den Haag), **Thea van Unen** (team Den Haag), **Annemiek Temming** (team Utrecht) en **Jacqueline van Dijk** (team Utrecht).



Daarnaast wordt The Present structureel ondersteund door onder meer IURO, Blyde Benelux, Great Communicators, Mobypicture, ONBRDNG, Today, Customer Revolution en Ruigrok Netpanel, Respondenten.nl en natuurlijk onze vaste donateurs, oftewel onze *family members*.



Sounds of Change: verbinding door muziek

Mensen verbinden door muziek, dat is wat Sounds of Change doet. Oprichter Lucas Dols, professioneel bassist, is iemand die dingen graag anders doet dan gebruikelijk. Dus: noten in plaats van woorden en steun van bedrijven in plaats van subsidie. 'Want bij het bedrijfsleven zit kennis, slagkracht en geld', zo legt hij uit.

Samen met Maite van der Marel verzorgde Lucas in augustus 2020 een workshop in De Meervaart, waar de deelnemers kennismakten met de methoden van Sounds of Change. Dat betekent: geluid maken door op je borst te trommelen, je kaken en handen als muziekinstrument gebruiken en met papier wapperen en het verscheuren. Methoden die ook in workshops voor jonge vluchtelingen worden ingezet. Sounds of Change traint de trainers van die workshops, iets wat nu grotendeels online gebeurt.

Behalve sponsors zijn bedrijven soms ook klant van Sounds of Change, of krijgen ze een workshop in ruil voor steun. Samen muziek maken helpt namelijk bij teambuilding en het ontwikkelen van leiderschap. 'Dirigeren maakt bijvoorbeeld meteen duidelijk of iemand wordt vertrouwd', zegt Lucas. 'En jazz-improvisatie is heel geschikt om te leren omgaan met verandering, iets wat in deze coronatijd extra belangrijk is.'

Aan het contact met The Present hield Sounds of Change verschillende donaties over, contacten met diverse bedrijven en hulp bij het ontwikkelen van een merkstrategie en het vinden van een nieuw onderkomen. Anderzijds bevelen Lucas en de zijnen The Present graag aan bij hun relaties. The Present en Sounds of Change hebben veel gemeen, zegt Lucas. 'We stralen allebei plezier en daadkracht uit. Dat verbindt ons.'



IK MAAKTE EEN UITGEWERKTE BRANDSTRATEGIE VOOR STICHTING HOME EMPOWERMENT (SHE), DIE KLAAR WAS OM TE PROFESSIONALISEREN EN TE GROEIEN.

Bob van Leeuwen, merkstrateeg

CEES VAN DILLEN, BOUWBEDRIJF VAN DILLEN

'Wij hebben vorig jaar 130 WEnotME-shirts gekocht voor onze medewerkers. Op de achterkant hebben we de coronaregels gezet, zodat we twee vliegen in een klap sloegen.'

'Het leverde wisselende reacties en goede discussies op. Sommigen bij ons staan open voor multiculturele ervaringen, anderen minder. Vanuit kantoor is het natuurlijk makkelijk praten over inclusiviteit, maar in de sociale woningbouw wijken waar we werken, komt geweld en intimidatie voor, ook door mensen van kleur. Medewerkers veralgemeniseren dat soms en zijn daardoor minder enthousiast over nieuwkomers. Maar als hier iemand met bijvoorbeeld Marokkaanse roots komt werken en ze leren die echt kennen, willen ze die nooit meer kwijt. Het belangrijkste is dat je met elkaar in contact komt.

We hebben ook spullen zoals verf en kwasten toegezegd, waarmee vrijwilligers in Utrecht woningen van statushouders kunnen opknappen. We vinden het mooi om mensen bij elkaar te brengen, zodat ze elkaar echt leren kennen. Dat kan alleen door dingen te doen, dat is belangrijker dan denken. Pas door elkaar te ontmoeten, ga je elkaar begrijpen.

Ook in de toekomst zal ik als family member van het eerste uur bijdragen blijven leveren aan The Present. Als iets mijn eigen vakgebied raakt, teken ik direct in. Helaas kun je hier vandaan niet elke noot lenigen. Het is de ramp van de eeuw dat we mensen op Lesbos aan hun lot overlaten. Laat ze hierheen komen, wij hebben wel werk voor ze.'



MEETUP 14

Corona lijkt nog ver weg in februari, dus in het zaaltje van BOOST in Amsterdam-Oost zit iedereen gezellig naast elkaar, niet beseffend hoe bijzonder dat zal worden. Oprichter/directeur Ramon Schleijsen vertelt enthousiast over dit initiatief om nieuwkomers te helpen integreren. Vrijwilligers geven er onder meer taallessen en lessen in ondernemerschap. De vraag aan de aanwezigen is: hoe kan het team zorgen voor beter management en daarbij de warme sfeer van BOOST behouden? De aanwezige ondernemers zetten voor deze vraag al hun ervaring op het gebied van bedrijfsprocessen in en komen tot uiteenlopende oplossingen voor BOOST. De hoofdprijs gaat naar het idee om met persoonlijke ontwikkelingsplannen voor het team te werken.

MEETUP 15

Tja, en dan is het april en is het de vraag of mensen ook online aanhaken. Jazeker! Meer dan 40 geïnteresseerden loggen in. Maar geeft dat ook dezelfde energie als wanneer je bij elkaar zit? Geen probleem met een bevlogen spreker als Rudayna Abdo, oprichter van Thaki, dat laptops met educatieve software naar kinderen in vluchtelingenkampen stuurt. Een vraag- en antwoordsessie vervangt het brainstormen in groepjes, en daar rollen net zulke goede ideeën uit. Onder meer fondsenwerving, marketing en pr en verbinding met grote bedrijven passeren de revue. Duidelijk wordt dat dit niet de laatste keer is dat The Present en Thaki samenwerken!

WIJ HIELPEN STICHTING HOME EMPOWERMENT (SHE) BIJ HET ONTWIKKELEN VAN EEN STRATEGIE EN EEN DUURZAAM VERDIENMODEL.

Boukje Keijzer & Suleyman Gogus, ondernemers & family members

MIJN ADVOCATENKANTOOR HEEFT NEWBEES ONDERSTEUND BIJ HET VEILIG VERWERKEN VAN HUN DATA.

Christiaan Alberdingk Thijm, partner

IK HEB DE DIENSTEN EN KENNIS VAN MIJN TRANSPORTBEDRIJF AANGEBODEN AAN KLABU EN CHRISTIAN REFUGEE RELIEF.

Bart de Ruiter, mede-eigenaar



#WEnotME (met dank aan de pandemie)

Never waste a good crisis! Soms worden uit nood de beste ideeën geboren. Dat gold ook voor de coronacrisis. Zou WEnotME zonder de pandemie ook tot stand zijn gekomen?

Misschien niet, misschien pas later. Hoe dan ook: WEnotME ging van start in coronajaar 2020. De schrijvende situatie in vluchtelingenkampen werd door corona namelijk nog eens extra belicht: mensen kunnen daar geen afstand houden, hebben geen toegang tot hygiënische middelen en door het virus moesten ook hulporganisaties zich terugtrekken. The Present begon een nieuwe campagne die opriep om de grenzen van solidariteit op te rekken en zowel dicht bij huis als verder weg hulp te bieden. Dat gebeurde onder meer door t-shirts via www.thepresent.shop te verkopen. In korte tijd werd er voor 20.000 euro aan shirts verkocht. De volledige winst is gedoneerd aan initiatieven die zich inzetten voor vluchtelingen en nieuwkomers, zoals Family on a Mission, Team Humanity, Borderless NGO en Home for All.

NICOL SANDERS, CONTENT CREATOR

Waarom bij The Present?

'Ik ben afgestudeerd op het onderwerp vluchtelingenkinderen. Via de VoorleesExpress werkte ik op microniveau al met vluchtelingenkinderen, maar ik wilde ook op macroniveau iets doen.'

Wat is je rol?

'Eén dag per week creëer ik content voor sociale media. Samen met Roos maak ik ook The Present Stories: interviews met Present Movers die The Present meer gezicht moeten geven. Dit jaar gaan we daarmee live op een speciale website.'

Wat is het meest bijzondere dat je hebt meegemaakt?

'Mijn interview met Rudayna Abdo van Thaki. Ik vind het heel knap dat ze haar levenservaring zo positief in actie omzet. Het interview liep via Zoom, maar haar emoties kwamen heel dichtbij.'

Waar is het meest behoefte aan?

'Dat The Present nog zichtbaarder wordt en dat het nog duidelijker wordt wat we doen. De film van Robert-Jan Glas liet dat goed zien, er zijn meer van dat soort initiatieven nodig.'

Ondernemers zouden meer...

'Voor een betere wereld moeten gaan in plaats van voor eigen gewin. Het zit in de mens om anderen te helpen. Je kunt daar veel plezier aan beleven en er een goed gevoel aan overhouden.'

MEETUP 16

De meetup in juni over Mexaena vindt ook weer online plaats. Mexaena is opgericht door Joset van der Hoeven en richt zich op Eritrese nieuwkomers in Utrecht. Koffieavonden, taalwandelingen en andere activiteiten helpen de Eritrese nieuwkomers in te burgeren en een netwerk op te bouwen. Maar het werk groeit het team boven het hoofd en er is behoefte aan een nieuwe structuur, vormen van impact en partnerschappen. De ideeën buitelen gelukkig weer over elkaar heen. Er ontstaat ter plekke zelfs een mogelijke samenwerking met Forward Incubator! Reden genoeg voor Joset om tevreden terug te kijken op deze digitale meetup.



ROBERT- JAN GLAS, REGISSEUR

Waarom bij The Present?

'Marnix raakte bij mij de juiste snaar. Hij spreekt dezelfde taal en is zowel maatschappelijk betrokken als ondernemend. Door hem ben ik gaan inzien dat ik als ondernemer de wereld kan veranderen. Bij elke film die ik nu maak, vraag ik me af hoe die kan bijdragen aan een betere wereld.'

Wat is je rol?

'Ik heb de brandmovie voor The Present gemaakt. Daar heb ik maanden fulltime aan gewerkt, uiteindelijk met veertig mensen. En ook nog in coronatijd, dus dat was echt een killer... Maar het was het waard, want de film leverde donaties en veel reacties op.'

Wat is het meest bijzondere dat je hebt meegemaakt?

'De gesprekken met Marnix. Hij heeft me de boodschap van de film, become an entrepreneur at heart, bijgebracht. Dat is geen eenvoudige route. Je ontmoet veel scepsis en krijgt vaak nee te horen. Maar het is een bevrijding om elke dag op te staan en iets te gaan doen waar ik achter sta.'

Waar is het meest behoefte aan?

'Dat corporates, partijen met echte slagkracht, zich bij The Present aansluiten.'

Ondernemers zouden meer...

'Zichzelf als probleemoplossers moeten zien, hun oplossingen schaalbaar, beschikbaar en duurzaam maken, en ze ten dienste van de samenleving stellen.'



Snelle actie voor Moria

Alsof de ellende nog niet groot genoeg was werd kamp Moria op Lesbos in september getroffen door een enorme brand. Duizenden mensen op de vlucht raakten hun onderdak kwijt. De beelden van ontredderde mensen die met wat schamele bezittingen – of zelfs helemaal niets – op straat zaten, gingen de wereld over.

Eens te meer werd duidelijk hoe waardevol directe lijntjes naar bedrijven zijn. Present mover **Robert Makkink**, VP Personal Care

Europa bij **Unilever**, regelde een grote zending persoonlijke verzorgingsproducten, zoals tandenborstels, tandpasta, zeep en shampoo. Zo konden de zwaar getroffen mensen zich nog een beetje schoon houden, al moesten ze zich dan noodgedwongen in zee wassen. In totaal doneerde Unilever 92.500 producten met een verkoopwaarde van 330.000 euro.

Persoonlijke acties en donaties waren er ook. Filmer **Robert-Jan Glas** stond via Instagram in contact met **Yousif Alshewaili**,

een fotograaf die bij de brand zijn apparatuur kwijtraakte. Met behulp van meerdere fotografen en **Nikon** wist Robert-Jan binnen 48 uur een compleet nieuw camera-pakket ter waarde van 2.000 euro in te zamelen. Met een vrachtvliegtuig dat apparatuur van **Because we Carry** vervoerde, was de apparatuur vijf dagen na de brand al op Lesbos. Yousif maakte er indrukwekkende foto's mee. Fotograaf **Michiel Stock** coachte hem bij zijn fotografie.

Andere acties voor Moria:

- Multinational GSK kwam door met een donatie van hygiënische producten ter waarde van ruim 65.000 euro aan One Happy Family
- Winkelcentrum Hoog Catharijne zamelde verzorgingsproducten met een waarde van bijna 5.000 euro in
- @demondhygiënist doneerde 350 tandenborstels en 400 tubes tandpasta
- Present Mover Raoul Oei zamelde in een eenmansactie in twee dagen voor ruim 4.000 euro aan spullen in
- Present Mover Arnold Cazander doneerde 10.000 halveliterflessen handgel ter waarde van 25.000 euro
- The Healthy Teeth Foundation schonk 1000 tandenborstels en 500 tubes tandpasta
- Frank Oddens doneerde 60 Waka Waka-lampen

- Ook doneerde Roëlle Zijlstra met haar familiebedrijf Feetcare 1000 tubes hygiënische handgel
- The Stillery doneerde 720 verzorgingsproducten
- LAYV schonk 360 verzorgingsproducten.

Met een vrachtwagen van **Christian Refugee Relief** gingen de ingezamelde spullen naar Moria, waar partnerorganisaties ze uitdeelden. Tussen de brand en het uitdelen zaten uiteindelijk twee weken – weer een bevestiging dat als ondernemers ergens hun schouders onder zetten, dingen van de grond komen!



VIA ONZE ONDERZOEKS-DATABASE RIEP IK OP OM TELEFOONS EN TABLETS TE SCHENKEN AAN KLABU, DAT SPORTCLUBS BOUWT IN VLUCHTELINGENKAMPEN. WE HAALDEN 35 APPARATEN OP!

Yvette Huitema, marktonderzoeker

WIJ HEBBEN EEN BRIGHTVIBES VIDEO GEMAAKT OVER SOUNDS OF CHANGE. DIE HEBBEN WE VERVOLGENS GEDEELD MET ONS NETWERK VAN RUIM EEN MILJOEN MENSEN.

Michiel de Gooijer, marketeer

THAKI ZOCHT EEN MANIER OM HUN MISSIE EN VERHAAL EFFECTIEVER VIA SOCIALE MEDIA TE VERSPREIDEN. DAAR HEB IK ZE BIJ GEHOLPEN.

Anne van den Nulft, communicatieadviseur



RUDAYNA ABDO, OPRICHTER VAN THAKI

Rudayna is een Palestijnse die in de jaren zeventig met haar ouders Libanon ontvluchtte vanwege de burgeroorlog. Ze werd architect en stedenbouwkundige, maar gaf haar carrière op omdat ze iets wilde doen voor kinderen in vluchtelingenkampen.

Rudayna richtte Thaki op ('slim' in het Arabisch, uit te spreken als 'the key') dat vluchtelingenkinderen van laptops en onderwijsmateriaal voorziet. Tot nu toe heeft ze 12.000 vluchtelingenkinderen in Libanon op die manier geholpen.

Rudayna zou Thaki presenteren tijdens de eerste meetup in Den Haag, maar door corona werd dat een digitale sessie. Omdat ze betrekkelijk nieuw is in Nederland heeft ze vooral behoefte aan een groter netwerk. Daar hebben de meetups inderdaad voor gezorgd, al bleven laptopdonaties tot nu toe uit.

De meeste laptops, vooral gebruikte en afgeschreven exemplaren van bedrijven, komen uit haar vorige woonplaats Abu Dhabi. De meeste donaties komen ook uit de Verenigde Arabische Emiraten, maar ze richt haar vizier nu ook op Nederland en andere landen. Dit jaar hoopt Thaki 14.000 kinderen extra te bereiken; voor het eerst ook in Jordanië en misschien in Palestina.

Rudayna prijst de 'onbezongen helden' en de 'onzichtbare engelen' die de kinderen in de vluchtelingenkampen begeleiden. 'Salwa en Nimat bijvoorbeeld, twee vrouwen met een hart van goud. Zij openden vijf scholen in de Bekavallei in Libanon. Zulke mensen vullen het gat dat de samenleving achterlaat. Vaak geven degenen die het minst hebben het meest.'

Ze ziet zichzelf graag als partner van The Present. 'Ik ben een goede verbinder en heb een goed netwerk in de internationale arena van onderwijs en vluchtelingen, dus dat sluit goed aan bij The Present.'

MEETUP 17

Plokkaplokkaplock, sssssjjjjjjj, wrrrrrrrrrrt.

Vreemde geluiden vullen cultureel centrum De Meervaart in Amsterdam op deze zonnige augustusdag. Omdat de eerste coronagolf voorbij is, zijn er weer bijeenkomsten toegestaan, maar er gelden nog veel restricties. Zingen mag bijvoorbeeld niet. Lucas Dols en Maite van der Marel van Sounds of Change tonen dat je op allerlei andere manieren muziek kunt maken, bijvoorbeeld door op je borst te trommelen of papier te verscheuren. Het zijn methoden die Sounds of Change ook aan jonge vluchtelingen aanbiedt. Een prachtig lied, gecomponeerd door jonge Palestijnse vluchtelingen, getuigt ervan. Iedereen is daarna stil van het betoverende harpspel van Lavinia Meijer.

MEETUP 18

Ook de meetup van september kon gelukkig weer live gehouden worden, zij het met een beperkt aantal aanwezigen. Suleyman Gogus was zo vriendelijk het kantoor van Sensa Zorg ter beschikking te stellen voor de presentatie van de Stichting Home Empowerment. SHE helpt onder andere nieuwkomers die slachtoffer zijn van huiselijk geweld met het doen van aangifte, het vinden van werk en onderdak en mentale steun. Nederlandse instellingen maken er dankbaar gebruik van - zonder dat er (financiële) ondersteuning tegenover staat. Oftewel: hier komt de blik van de ondernemer aan te pas! De aanwezigen gingen aan de slag met de vraag hoe SHE financieel onafhankelijker kan worden. De oplossingen liepen uiteen van een verhalencampagne en beroemde ambassadeurs tot crowdfunding. Winnaar werd het groepje met een (in een half uur uit de grond gestampt!) gedetailleerd businessplan inclusief social media-strategie.



BOB DERKSEN,
ART DIRECTOR

Waarom bij The Present?

'De energie, het enthousiasme en het verhaal spraken me aan. En het is mooi als je iets voor een betere wereld kunt doen door je expertise in te zetten. Dat is fijner dan geld geven.'

Wat is je rol?

'Ik heb als art director de nieuwe merkidentiteit van The Present helpen ontwikkelen. Daarvoor stuurde ik een team designers aan, waaronder twee designers van mijn eigen bureau Today. Het is dankbaar werk en je kunt de uitkomst meteen zien. We waren net voor de lockdown klaar.'

Wat is het meest bijzondere dat je hebt meegemaakt?

'De ontmoetingen met Marnix. Hij zit zo vol liefde en energie: dat is hartverwarmend. Het is jammer dat door corona veel meetups niet konden doorgaan. Ik zou graag ook daarvan de energie eens voelen.'

Waar is het meest behoefte aan?

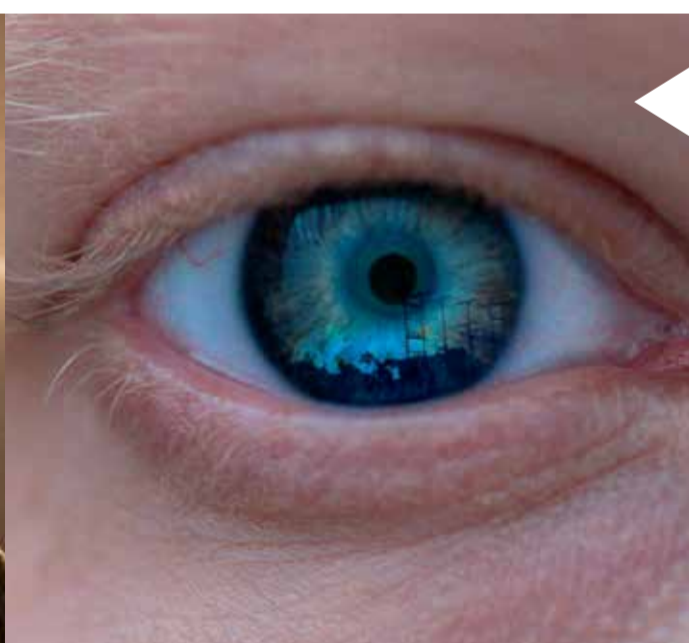
'Blijven groeien. Dat kan wat mij betreft oneindig doorgaan, The Present hoeft niet klein te blijven. Mensen kunnen ook tijdelijk bijdragen en daarna het stokje doorgeven.'

Ondernemers zouden meer...

'Uit hun comfortzone moeten stappen en belangeloos dingen doen. Omdat het leuk is om iets terug te geven aan de maatschappij, maar ook omdat je er je netwerk mee versterkt.'

IK ONTWIERP EEN LOGO VOOR STICHTING HET TUSSENSPEL. ZIJ BEZOEKEN AZC'S OM KINDEREN TE HELPEN HUN TRAUMA'S TE BOVEN TE KOMEN EN HUN ZELFVERTROUWEN TE VERGROTEN.

Jasper Hulleman, designer



Entrepreneur
at heart

En toen was het zo ver: de film waaraan zo lang en door zoveel mensen is gewerkt onder regie van Robert-Jan Glas, ging op 20 november in première.

Honderden mensen zaten gespannen naar het scherm te turen; ondernemers die van tevoren al waren aangehaakt om de film om 10.00 uur stipt te delen, en zo te zorgen voor een LinkedIn-Present-takeover. En daar zaten niet de minste namen tussen: ondernemers zoals Kees Klomp, Henk Jan Beltman, Merijn Everaarts, Yolanda Eijgenstein en Lieke Lamb waren al eerder enthousiast over de boodschap van de film en deden ook mee aan deze actie. Het doel? Nog meer ondernemers inspireren om zich in te zetten voor meer maatschappelijke winst.

Om 10.00 uur veranderde ieders tijdlijn in een prachtige mix van natuurbeelden, ex-vluchtelingen en ondernemers. 'Je komt misschien ergens anders vandaan', zei de verteller in de film (zie coverfoto), 'maar je deelt wel dezelfde bestemming'. Hij riep de kijkers op te zijn wie je werkelijk bent: een geboren ondernemer. Want: 'Julie zijn de probleemoplossers.' De boodschap sloeg aan: nog dezelfde dag werden meer dan 100 ondernemers 'entrepreneur at heart', en meldden ze zich via The Present aan om zich in te zetten. De kracht van beeld!



JEANNE KORTENOEVER, PR-ADVISEUR

Waarom bij The Present?

'Ik werk bij Blyde en kreeg via collega Nynke, de vrouw van Marnix, veel mee over The Present. We werken vaker met maatschappelijke initiatieven, zoals Net4Kids en Corporate Queer.'

Wat is je rol?

Samen met Juud en Isa doe ik de pr voor The Present. 'Elke drie weken heb ik contact met het kernteam. Dan nemen we de perscontacten door en de acties die we voorbereiden. We hebben vorig jaar bijvoorbeeld de campagne #entrepreneurateheart uitgerold, die leidde tot veel meer aanmeldingen van ondernemers.'



Wat is het meest bijzondere dat je hebt meegemaakt?

'De film die Robert-Jan Glas voor The Present heeft gemaakt. Ik verwachtte een kort filmpje over The Present, wel iets moois, maar niet zó mooi. Er kwamen zulke indrukwekkende beelden voorbij, van vluchtelingen, ondernemers, de natuur... Daar werd ik even stil van. En ik werd nog stiller toen ik zag hoeveel mensen eraan hebben meegewerkt.'

Waar is het meest behoefte aan?

'Grotere naamsbekendheid voor The Present, waardoor nog meer ondernemers aanhaken.'

Ondernemers zouden meer...

'Aan maatschappelijk verantwoord ondernemen moeten doen. Ook omdat je zoveel leert van andere culturen. Je wordt er een rijker mens van.'



MEETUP 19

Een half jaar na de eerste presentatie van Thaki, die online gehouden werd, kon Rudayna Abdo alsnog live vertellen wat zij met haar bijzondere club doet. Het werd tevens de eerste meetup in Den Haag, gehost door co-working space Anna&Co. Ondanks de anderhalvemeter-regel werd het een inspirerende sessie. Rudayna vertelde dat ze met Thaki een reeks duurzame ontwikkelingsdoelen van de Verenigde Naties dient, zoals gendergelijkheid, kwaliteitsonderwijs, duurzame gemeenschappen en klimaatactie. En toch vindt ze maar moeilijk partners in Nederland. Hoe dat te veranderen? De oplossingen varieerden van direct linken met CSR-directeuren en storytelling tot nieuwe pr-strategieën. Rudayna bleek met elk ervan wel wat te kunnen!

MEETUP 20

Soms kom je in actie door het verhaal van maar één iemand. Dat overkwam Patrick Groene-wegen. Hij hoorde van Bertrand, die Congo ontvluchtte en in Nederland in een benauwd verhoorkamertje terecht kwam. Hoe mensen als Bertrand perspectief te bieden? Daarvoor richtte Patrick Ithaka op, een organisatie die vluchtelingen helpt hun dromen en talenten te verwezenlijken. Maar ja, hoe financier je dat... De aanwezigen gingen bloedfanatiek aan de slag. Ze bedachten stages, crowdfunding en storytelling. Dat laatste sprak Patrick het meest aan: hij gaat individuele verhalen van vluchtelingen aan bedrijven aanbieden. Ter plekke kreeg hij een speechtraining aangeboden om zijn verhaal nóg beter over het voetlicht te brengen.

SULEYMAN GOGUS, BESTUURSLID

Waarom bij The Present?

'Omdat ik Marnix vertrouw en omdat de doelgroep interessant is. Met mijn bedrijf Sensa Zorg richt ik me ook op ondernemers. De directe koppeling, zonder tussenstation, spreekt me erg aan.'

Wat is je rol?

'Bestuurslid en family member.'

Wat is het meest bijzondere dat je hebt meegemaakt?

'De meetup bij ons op kantoor. Daar hing een heel mooie energie. Ik ben vaker bestuurder geweest, maar ik heb niet vaak zulke positieve clubs meegemaakt. Marnix heeft een

bruisende groep mensen om zich heen verzameld. Daarnaast zijn de marketing, storytelling en branding prima in orde, dat is lang niet altijd zo bij initiatieven als deze.'

Waar is het meest behoefte aan?

'Meer family members en ondernemers die meedenken met maatschappelijke initiatieven. Ik vind het een plicht van ondernemers om hieraan mee te werken.'

Ondernemers zouden meer...

'Moeten delen via maatschappelijk verantwoord ondernemen. En dan doel ik niet alleen op donaties, maar ook op expertise, kennis en energie. Ondernemers moeten het goede voorbeeld geven, vooral degenen met een andere culturele achtergrond, zoals ik. Ik ben in Nederland geboren, maar heb Turkse ouders. Dit land heeft me een kans gegeven en ik vind dat ik daar wat voor terug moet doen.'

IK WAS GERAAKT DOOR HET VERHAAL VAN RUDAYNA ABDO EN HEB DAAROM EEN NIEUWE HUISSTIJL VOOR THAKI'S EDUCATIEVE MIDDELEN EN BRAND IDENTITY ONTWORPEN.

Sean Levy, grafisch ontwerper

IK HEB HET LOGO VOOR DE #WENOTME-CAMPAGNE VAN THE PRESENT ONTWORPEN.

Renée Doorn, fotografe

IK HEB ERVOOR GEZORGD DAT MIJN BEDRIJF EEN LADING TANDENBORSTELS MET EEN WAARDE VAN RUIM 65.000 EURO SCHONK AAN ONE HAPPY FAMILY.

Victor Geus, vicepresident

Plannen en wensen voor 2021

- **100+ matches** tussen ondernemers en initiatieven
- Samenwerking met de **Welcome-app**, om **alle** initiatieven in Nederland inzichtelijk te maken voor nieuwkomers (en dus ook voor ondernemers!)
- Een **nieuwe campagne** (stay tuned...)
- Lancering van **The Present Stories**; verhalen achter de inspirerende mensen van onze community
- **2 meetups per stad** (Amsterdam, Den Haag & Utrecht) en de eerste stappen in de richting van uitbreiding naar Rotterdam en Tilburg
- Het ontwikkelen van een eigen **verdienmodel** – onder andere in samenwerking met **Starters 4 Communities**
- **Live events** naar een nieuw niveau tillen (we hebben de smaak te pakken na De Meervaart en kijken er naar uit jullie weer allemaal te zien!)
- Lancering van **seepeople Do-Good profiler**, ontwikkeld in samenwerking met **Customer Revolution, Ruigrok Netpanel & Respondenten.nl**