



Lucas Meijs en Puck Hendriks.

# 'Zet maatschappelijk en bedrijfsbelang los'

Door: Lucas Meijs

21-07-2023

*Filantropie*

---

**Samen met PhD-onderzoeker Bedrijfsfilantropie Puck Hendriks (op de foto rechts) gooit hoogleraar Strategische Filantropie en Vrijwilligerswerk Lucas Meijs een steen in de vijver. 'Bedrijfsfilantropie is alleen legitiem als het maatschappelijk belang los staat van het bedrijfsbelang.' Beiden behandelen deze valkuil, waar diverse bedrijven al dan niet bewust invallen, in een prikkelende column.**

---

Filantropie bestaat uit vrijwillige private bijdragen aan de publieke zaak. Het is hierbij de filantroop die bepaalt wat die publieke zaak is, en niet de overheid. Dat een private partij bepaalt wat goed is voor de samenleving, in plaats van een democratisch verkozen orgaan, is de bron van veel van de kritiek op filantropie. Het leidt met name tot discussie als filantropen een impact willen bereiken die niet in lijn is met wat de meerderheid wil. Zeker wanneer dat wordt gekoppeld aan een belastingvoordeel voor de (super)rijken. Zie bijvoorbeeld de kritiek van [Rob Reich](#) zoals eerder besproken in de Dikke Blauwe.

Tegelijkertijd is het afwijken van wat de meerderheid wil een van de meest fundamentele toegevoegde waarden van filantropie. Zo kan filantropie juist thema's aankaarten die door de politiek en het grote publiek worden genegeerd. Filantropie kan zich het lot aantrekken van een (verwaarloosde) minderheid en is daarmee conceptueel de bescherming tegen de 'tirannie van de meerderheid'. Daarnaast kunnen eigenzinnige filantropen de risicovolle, tegendraadse en innovatieve oplossingen voor (specifieke) maatschappelijke problemen steunen, waar de overheid zich niet aan kan of wil wagen. In Nederland wordt filantropie dan ook vaak gezien als aanvulling op de taken van de overheid, niet als vervanging.

### **Publiek belang**

Hoewel filantropie dus een gift kan zijn van een private donor gericht op een specifieke doelstelling die niet wordt gedragen door de meerderheid van de maatschappij, zou desalniettemin het uitgangspunt moeten zijn dat het publieke belang hiermee is gediend. Het publieke belang staat bij filantropie immers voorop en niet het belang van de donor; filantropie gaat om de ontvanger, niet om de gever!

Er is echter een specifieke vorm van filantropie waarbij het lang niet altijd duidelijk is of het publieke belang voorop staat: bedrijfsfilantropie. Bij bedrijfsfilantropie doneren bedrijven tijd of geld aan goede doelen. Steeds meer bedrijven doen aan filantropie, direct vanuit het bedrijf of via een bedrijfsstichting. Dit is een positieve ontwikkeling, omdat er meer geld beschikbaar komt voor de samenleving. Maar het feit dat dit vanuit bedrijven wordt gedaan beïnvloed wel de vrijheid van de donor. Waar een particuliere donor vaak in stilte geeft, of kan claimen dat de linkerhand niet hoeft te weten wat de rechterhand doet, treden bedrijven vaker naar buiten. Enerzijds omdat (beursgenoteerde) bedrijven veel transparanter moeten zijn en anderzijds omdat het een positief effect kan hebben op bijvoorbeeld de reputatie van het bedrijf.

## **Linker- en rechterhand**

Het belangrijkste dilemma is daarmee dat bij bedrijfsfilantropie het bedrijf, voortdurend aan de stakeholders moet uitleggen waarom ze aan filantropie doen; de linkerhand wordt ter verantwoording geroepen door de rechterhand. De consequentie hiervan is dat zowel medewerkers van het bedrijf als de ontvangers van giften (zoals maatschappelijke organisaties) ervan uitgaan dat het bedrijf dus rechtstreeks tevreden moet worden gesteld.

De vraag is vaak, ‘maar wat heeft het bedrijf eraan’? Voor de helderheid, het is niet gek dat de voorkeuren van de donor worden meegewogen, dit zien we ook bij ander vormen van filantropie. Het verschil is dat het bij particuliere donaties eigenlijk altijd gaat om voorkeuren wat betreft de (manier waarop) maatschappelijke impact wordt behaald. Bij bedrijfsfilantropie speelt ook de impact op het bedrijf een rol. Het lijkt niet meer te gaan om de ontvanger, maar om de gever. Daarnaast impliceert een gift dat je daar niks, of iets verwaarloosbaars, voor terugkrijgt. Als het bedrijf iets terugverwacht, is het dan nog wel een gift?

## **Reputatie**

Dat filantropie voor het bedrijf ook nut moet hebben lijkt dus steeds vanzelfsprekender te worden. Om dit te behalen wordt vanuit bedrijven en bedrijfsstichtingen een sterke link tussen de filantropische activiteiten en de bedrijfsactiviteiten gestimuleerd. Iedereen lijkt eraan mee te doen; de bedrijven zelf, de interviewende media, de fondsenwervende organisaties en zelfs de wetenschap. Onderzoek richt zich vooral op de voordelen van bedrijfsfilantropie voor het bedrijf zelf, zoals verbeterde reputatie.

Door de steeds sterkere link tussen de filantropische activiteiten en de bedrijfsactiviteiten verdwijnen er twee belangrijke kansen. Wanneer beslissingen over filantropie worden genomen met – de reputatie van – het bedrijf in het achterhoofd, lopen we het risico dat de focus komt te liggen op eenmalige/onregelmatige donaties voor bekende en algemeen geaccepteerde thema’s en projecten. Filantropie kan dan onderdeel worden van de ‘tirannie van de meerderheid’. Tevens wordt het steeds moeilijker om bedrijfsfilantropie te onderscheiden van maatschappelijke sponsoring.

## Gemiste kans

Verder bestaat het risico dat de toegevoegde waarde van een bedrijfsstichting ten opzichte van filantropische activiteiten vanuit een afdeling binnen het bedrijf minder duidelijk wordt. Een gemiste kans voor een bedrijf, want als een bedrijfsstichting goed is ingericht kan het een wezenlijke aanvulling zijn op bedrijfsfilantropie vanuit het bedrijf. Een stichting kan, onafhankelijk van commerciële belangen, een langtermijn visie aanhouden en zich volledig richten op het algemeen belang.

Wij zijn van mening dat bedrijfsfilantropie alleen als een legitieme vorm van filantropie kan worden gezien – en dus als fundamenteel anders dan maatschappelijke sponsoring – als het maatschappelijke belang los staat van het bedrijfsbelang. Alleen dan kan bedrijfsfilantropie verwaarloosde maatschappelijke problemen aankaarten met innovatieve en risicovolle oplossingen. Als we bedrijfsfilantropie blijven benaderen vanuit het nut voor het bedrijf, ondermijnen we de potentiële unieke impact op de samenleving.

*Lucas Meijs is hoogleraar Strategische Filantropie aan de Rotterdam School of Management (EUR).*

*Puck van Ipenburg - Hendriks is Lecturer en PhD-onderzoeker Bedrijfsfilantropie aan de Rotterdam School of Management (EUR).*

## Verder lezen:

**Rob Reich, *Just giving. Why philanthropy is failing democracy and how it can do better* (Princeton University Press 2018).**

### Over de auteurs

Erasmus-prof Lucas Meijs geldt als een van onze grootste experts op het gebied van vrijwillige inzet in samenlevingen. De CBS-cijfers ten aanzien van een daling in aantal vrijwilligers, gaat Meijs graag te lijf. Hij poneert dat er zelfs sprake is van een stijging, maar dat – bijvoorbeeld – de beschikbaarheid van de vrijwilliger belangrijker is geworden voor succes. In plaats van dat de agenda van de organisatie bepalend is, werkt het beter om flexibel om te gaan met wanneer de vrijwilliger kan komen helpen. Ook de motivatie verschuift. Eerder was dit met name ‘je inzetten voor de medemens’ en ‘mensen helpen’. ‘Nu praten jongeren meer in termen van bijdragen aan duurzaamheid en persoonlijk karma: levert dit vrijwilligerswerk “punten” op om een beter mens te worden? Dit wetende zouden organisaties beter en gericht vrijwilligers kunnen aantrekken’, aldus Meijs. Tot genoegen van zijn alma mater laat Meijs zich ook als fondsenwerver niet onbetuigd. Eén fonds binnenhalen is al heel wat. Twee is buitengewoon. Maar deze hoogleraar strategische filantropie en vrijwilligerswerk heeft in 2022 fondsen verworven voor vier onderzoeksprojecten met directe én indirecte maatschappelijke impact: hoe best practices kunnen worden aangeleerd, vrijwilligerswerk kan worden aangemoedigd, de impact op duurzaamheid kan worden vergroot en individuen kunnen worden gesterkt in hun vrijwilligerswerk tegen armoede.