



'Ik geef dus ik ben', zegt een jonge filantroop

Frank Aalderinks (MeesPierson)
over Filantropie Advies

Door: Redactie DDB

21-12-2023

Filantropie Interview

Hoofd Filantropie Advies Frank Aalderinks van ABN Amro MeesPierson over persoonlijke service aan jonge en oudere filantropen in een digitale tijd vol snelle veranderingen. En over zijn team dat daarbij onmisbaar is. Een inleiding uitmondend in een vraaggesprek.



Frank Aalderinks (l.) met zijn team. (Foto: Dirk Kome)

Frank Aalderinks, hoofd Filantropie Service van *private bank* ABN Amro MeesPierson, is een man met een missie. Buitenstaanders kennen hem als een maatschappelijk betrokken en bevlogen professional. Samen met zijn team geeft hij advies, brengt filantropen samen, hij wil kennis delen en inspireren. Al doende zetten hij en zijn team zich in voor een effectieve en transparante sector. Ze doen jaarlijks geefonderzoek, schrijven publicaties en organiseren bijeenkomsten voor filantropen en goede doelen.

Binnen de bank zijn Aalderinks en zijn team (zes specialisten) ambassadeurs op het vlak van filantropie. Ze opereren als sparringpartners van collega's en weten hen te overtuigen dat iedere klant van ABN Amro filantropie advies verdient. Samen met zijn team toont Aalderinks een tomeloze inzet zodat steeds meer relaties van de bank worden bereikt. Hij deinst er niet voor terug om buiten de gebruikelijke paden effectieve filantropie te promoten. Hij doet dit op een wijze die 'verbindend' is, maar ook nuchter en zonder poespas.

Het verschil maken

Wie is deze *trusted advisor*? Wat bespeurt hij bij jonge filantropen? Welke andere trends ziet hij? Aalderinks, auteur van de *Grote Giften Gids*, werkt acht jaar bij Filantropie Advies en geeft sinds 2019 leiding aan dit team. Daarvoor was hij werkzaam bij De Regenboog Groep, een organisatie voor dak- en thuislozen en bij Artsen zonder Grenzen. Wat hem drijft? 'Filantropen – jong en oud – helpen een bijdrage te leveren aan een betere wereld. Dat gebeurt steeds vaker samen in familieverband. Het voelt goed om dromen en ambities te vertalen naar concrete geefplannen waardoor ik kan helpen om een positief verschil te maken.'

Het team Filantropie Advies helpt relaties die hun vermogen, expertise, netwerk en tijd willen inzetten voor maatschappelijke doelen. Dat doen zij inmiddels al meer dan tien jaar. Filantropie Advies begeleidt jaar op jaar meer relaties die goed willen doen. Inmiddels kunnen naast alle private banking relaties, ook de zakelijke relaties van ABN Amro gebruik maken van Filantropie Advies. Aalderinks benadrukt dat er een duidelijke scheiding is tussen zijn team en de afdeling Vereniging en Stichtingen. Geen verkapte fondsenwerving dus.

Bronnen

Bij Verenigingen en Stichtingen bankieren de vermogensfondsen, religieuze instellingen, fondsenwervende instellingen en branche- en belangenorganisaties. Het Filantropie Advies team focust op particuliere en zakelijke relaties die met geld en tijd goed willen doen. Aalderinks: 'Wij bieden onafhankelijk advies over filantropie aan vermogende relaties.' Hij en zijn team helpen met maken van geefplannen, ze zetten stichtingen op met een ANBI-status, brengen filantropen in contact met Goede Doelen die vooraf zorgvuldig zijn onderzocht.

Filantropie Advies heeft een partnership met CBF, de toezichthouder op een kleine zevenhonderd erkende Goede Doelen. Daarnaast kunnen goede doelen met of zonder erkenning regelmatig komen *pitchen* bij Filantropie Advies. Dit gebeurt tijdens goede-doelenbijeenkomsten die een paar keer per jaar worden georganiseerd. Daarnaast is er het persoonlijk netwerk van specialisten bij filantropische instellingen en goede doelen.

'Holistische aanpak'

ABN Amro MeesPierson staat als private bank een 'holistische aanpak' voor: daarbij staan de persoonlijke (financiële) situatie en wensen van de relaties centraal. De klantportefeuille bestaat uit drie groepen. Allereerst zijn er de ondernemende particulieren, onder wie de DGA's, die uit hun privévermogen filantropie willen bedrijven. Soms hebben ze hun bedrijf verkocht. Daarnaast zijn er de vermogende particulieren zonder bedrijf die in elke levensfase andere vragen hebben. Ten slotte zijn er de zakelijke relaties die doen aan bedrijfsfilantropie. Tot deze categorie behoren de bedrijfsfondsen en corporate foundations.

Steeds meer relaties willen goed doen en willen daarbij hulp. Het team ziet jaarlijks ruim 1.500 relaties tijdens bijeenkomsten over filantropie en voert jaarlijks honderden adviesgesprekken. Ook ontmoet het team vaak relaties die op zoek zijn naar netwerken en meer willen leren over filantropie. Aalderinks 'We vinden het belangrijk om filantropen samen te brengen, ze willen van ons en van andere filantropen leren. Er ontstaat verbinding op relevante thema's zoals kansengelijkheid of klimaatverandering.'

In de huidige *roaring twenties* van de 21ste eeuw, een tijd van disruptie, bieden ze persoonlijke service in een digitale wereld. Kennelijk leveren ze bij Filantropie Advies goed werk af want Aalderinks en zijn team wonnen al vier keer op rij de Philanthropy Offering Initiative of the year, een Europese prijs voor hun aanbod in de sector *wealth management*.

Wat zijn de ambities inzake familiefilantropie?

Aalderinks: 'We hebben de ambitie om meer families kennis te laten maken met de kracht van filantropie. We zien in ons dagelijks werk dat generaties als het ware samensmelten rond goed doen. Bovendien weten we uit eigen onderzoek wat filantropen beweegt en wat hun motivaties zijn om te geven. Ze willen echt het verschil maken in deze wereld, onze planeet beter achterlaten voor volgende generaties. Ze komen bij ons uit omdat ze vaak hulp zoeken hoe je dit effectief en planmatig aanpakt, hoe je echt een verschil kunt maken en bij welke goede doelen de donatie bijdraagt aan geformuleerde doelen uit het geefplan.'

Wat willen jonge filantropen?

'Filantropie is een mooie manier om de band tussen familieleden te versterken. Families vragen steeds vaker of we ook hun kinderen bij filantropie willen betrekken. Keukentafel gesprekken over familiewaarden spelen dan een rol en vormen de basis voor familie geefplannen. Je kunt dan niet stilstaan bij de missie van de familie als geheel zonder aandacht te schenken aan de ideeën en wensen van de kinderen. Ook zij hebben vragen. Wat vinden zij belangrijke onderwerpen en hoe kunnen ze bijdragen aan een betere wereld? Welke rol kunnen ze vervullen? En hoe delen ze hun ideeën en voorkeuren met de familie?'

'Jongeren zijn soms de aanjagers van verbreding inzake de maatschappelijke interesses van hun ouders. Ze weten wat ze belangrijk vinden en nemen hun ouders hierin mee. En jongeren zijn doorgaans flexibeler in hun keuzes en in de duur van het commitment dat ze aan willen gaan. Daarnaast zijn er de jonge miljonairs die zelf vermogen hebben opgebouwd. Zij worden graag geholpen in hun eigen taal en op een manier die bij ze past.'

Hoe dan?

‘Voor deze relaties zijn er jonge bankiers beschikbaar. Ook is er binnen de bank een academie voor de volgende generatie. Daar is “Filantropie en impact maken met vermogen” opgenomen in het lesprogramma. De jonge filantropen – zoekend naar zingeving en toekomstgericht – zijn dus geïnteresseerd in het oplossen van problemen voor de wereld van morgen.’

‘Denk aan toenemende ongelijkheid tussen arm en rijk. Het klimaat en schone oceanen. Jongere generaties identificeren zich sterk met filantropie. Je tijd en netwerk delen met goede doelen en donaties doen voor organisaties waar je een passie voor hebt, vormen mede je identiteit en laten zien wat je echt belangrijk vindt. “Ik geef dus ik ben”’

Wat leert onderzoek naar geefgedrag onder jongeren?

‘Hoe jonge filantropen willen bijdragen kristalliseert zich steeds meer uit. Vooral onder *millennials*, de generatie geboren tussen 1980 en 1999, zien we een grote bereidheid om zich sociaal maatschappelijk in te zetten. Dat gaat voor deze groep verder dan alleen geld geven. In hoeverre zijn ze anders dan hun ouders? Willen ze andere problemen oplossen? Wat is het effect op deze generaties van een snel veranderende wereld en hoe willen en kunnen zij bijdragen? Door ons jaarlijks onderzoek krijgen we een steeds beter beeld hoe jongere generaties aan filantropie doen en welke hulp en begeleiding zij van ons nodig hebben.’

Welke tendensen tekenen zich over de hele linie af inzake doneren en investeren?

‘Het betreft lang niet alleen advies over het inzetten van geefgeld – impact maken met je vermogen kun je doen met donaties maar ook via investeringen. In toenemende mate adviseren we over impact maken via filantropie in combinatie met vormen van impact beleggen. Voor relaties die duurzaamheidsvoorkeuren hebben zien we dat filantropie en impact beleggen vaak worden gecombineerd. De Social development Goals (SDG) van de VN vormen vaak de leidraad voor het gesprek. Als een relatie wil inzetten op de SDG “Goede gezondheid en welzijn” dan brengen we de mogelijkheden en combinaties van doneren en investeren in beeld.’

En verder?

‘We ontdekten op basis van eigen onderzoek dat onze relaties steeds vaker lokale doelen en binnen de landsgrenzen steunen. Dat betreft maatschappelijke initiatieven in eigen land, stad of wijk. Een decennium terugging filantropisch geld nog vaak naar projecten in niet-westerse landen. Dergelijke doelen worden nog steeds gesteund, maar er is de laatste jaren meer aandacht voor urgente noden dicht bij huis. En dat is keihard nodig, weet ik uit vorige banen.’

‘Door de coronapandemie en de vluchtelingen stroom die op gang kwam na het uitbreken van de oorlog in Oekraïne en toename van armoede zien onze relaties dat er ook dicht bij huis veel is te doen. Daarnaast bekommeren filantropen zich om de stille armoede in Nederland. Daarin is extra hulp hard nodig. Ze willen in actie komen en hun bijdrage leveren rond thema’s als armoedebestrijding en de aanpak van kansenongelijkheid.’

Welk trends ziet u over de grens?

‘In alle omliggende landen is de gemene deler: relaties in staat stellen om bij te dragen aan een betere wereld. Ook buiten Nederland zie je dat filantropie een belangrijke rol speelt. Dat er advies en begeleiding

wordt gevraagd. Op eenzelfde manier brengen we samen met de teams in de buitenlandse relaties met elkaar in contact. We verbinden en inspireren op onderwerp, doen aan kennisdeling om de filantropie effectiever en transparanter te maken. Soms organiseren wij een internationale bijeenkomst. Afgelopen voorjaar konden we een grensoverschrijdende conferentie organiseren over klimaat en schone zeeën voor relaties in vier landen. Dit gaan we vaker doen.’

‘In de landen waar wij actief zijn – België, Duitsland, Frankrijk – zie je dat filantropie advies een vast onderdeel is binnen de dienstverlening van *wealth management*. Natuurlijk zijn er cultuurverschillen maar in principe werken we met eenzelfde hulp- en advies aanbod. Met elkaar maken we plannen waarbij de filantropie van ondernemende families – en zeker ook van toekomstige generaties – voor ons een belangrijke stip aan de horizon vormen.’