



Micha van Hoorn

Impact Fair moet duizenden impactmakers trekken

Marktplaats voor verbinding op
ideële en commerciële basis

Door: Floris Kappelle

20-03-2025

(Social) impact Interview

Een slordige 10.000 Impactmakers. Dat is waar de Impact Fair begin april in de Jaarbeurs in Utrecht op mikt. Mensen die op een positieve manier willen bijdragen aan de wereld van morgen zien dit grote offline evenement als een marktplaats voor nieuwe samenwerkingen. Getuige de indrukwekkende line-up met een keur aan CEO's en andere toonaangevende impactmakers belooft de Impact Fair 2025 een editie te worden waar bezoekers de nieuwste trends ontdekken en de 'changemakers' van nu kunnen ontmoeten.

De beurs is verdeeld over vier divisies: Impact Fair Experience Center, Impact Fair Academy, Impact Fair Social Club en nieuw is de *IF Leaders xCHANGE* met tachtig beslissers en zo'n vijfhonderd zakelijk leiders die impact centraal stellen in hun keuzes. Tijdens een plenaire stage en tachtig netwerktafels biedt deze bijeenkomst een combinatie van leren, zakendoen en netwerken. Een geavanceerde *matching tool* koppelt deelnemers aan CEO's van grote en kleinere *corporates* die de sessies voorzitten.

De spotlights staan gericht op alles wat goed gaat, specifiek: hoe kunnen we van de meest invloedrijke groep de meest impactvolle groep worden. Op de rol staan namen als Marit van Egmond (CEO Albert Heijn), Barbara Baarsma (Chief Economist PWC), Arnold Mars (Financieel Directeur AFAS Software), Pauline Bieringa (Directeur Triodos Bank Nederland) en Frits Snel (CEO Tonys Chocolonely Benelux). Daarnaast kan men op zaterdag deelnemen aan de topconferentie *Nederland Maakt Impact* met als thema 'Impactvol Participeren'.

Brede doelgroep

De Impact Fair richt zich op een maatschappelijk brede doelgroep: de overheid, de filantropiesector met goede doelen, vermogensfondsen, NGO's, stichtingen, verenigingen, het bedrijfsleven van groot tot klein, MKB+ en corporates en social enterprises.

Van Hoorn: 'De beurs duurt drie dagen: twee dagen vakbeurs voor iedereen die met een professionele bril naar impact kijkt. Niet het minst de exposanten die zich willen presenteren aan onze bezoekers om samenwerkingen te realiseren. Tot slot een publieksdag met een *positive lifestyle* beurs voor mensen die vanuit een thuissituatie meer impact willen maken. In essentie is dat het collectief van drie generaties, van senioren die duurzaam willen reizen tot GenZ'ers en ouders van kinderen die vegetarisch willen eten. Een soort huishoudbeurs voor impactmakers.' Met andere woorden, succes ligt vaak dichterbij dan je denkt.

Stap verder

Enige jaren geleden voelde initiatiefnemer Micha van Hoorn vanuit zijn impact marketing bureau de noodzaak om een stap verder te gaan. 'Na vele campagnes voor goede doelen zagen wij hoe de tijdgeest afboog naar cliëntèle als *social enterprises* en grote commerciële partijen. Steeds vaker waren goede doelen op zoek naar duurzame corporate partners. Terwijl die corporates juist op zoek waren naar sociale partners om geloofwaardig impact te kunnen maken.'

Zo werd het idee geboren voor de Impact Fair. Maar wat verstaat Van Hoorn onder het containerbegrip *impact*? 'Bij ons zeggen we: iedereen die op een positieve manier wil bijdragen aan de wereld van morgen. Met deze beurs willen wij samenwerkingen faciliteren en een podium bieden voor alles wat goed gaat. Een *opportunity* voor effectief netwerken.'

Wereld van morgen

Centraal staat de wereld van morgen. Consensus daarover is immers niet vanzelfsprekend. Het gaat dus om de intentie, die makkelijker te onderscheiden is bij goede doelen dan bij het bedrijfsleven. Greenwashing en doemdenken liggen op de loer. Daarom focust de Impact Fair op het motto: samen meer impact maken. Een ietwat generieke opdracht die de urgentie van de actualiteit onderstreept. Verschil maken is mogelijk, aldus Van Hoorn:

‘De tijdgeest laat zien dat steeds meer mensen zich juist verbinden met organisaties die beter willen worden dan ze nu zijn. En om dat te bereiken moet je elkaar eerst tegenkomen en leren kennen. Daarom de Impact Fair: dé plek waar organisaties zich positief kunnen presenteren. Niet met eindeloze symposia maar door middel van interactie.’ Het programma belooft in dat licht een veelheid aan inspiratiesessies, business cases, talkshows, keynotes, workshops, masterclasses, interactieve colleges en rondetafel sessies. Ergo: nieuwe inzichten en contacten verzekerd.

Goed doen als norm

Rasoptimist Van Hoorn maakt duidelijk dat hij met deze beurs een beweging in gang wil helpen zetten die 25% van de Nederlandse organisaties en particulieren verleidt om van goed doen de norm te maken. Een denkwijze die associaties oproept met het gedachtegoed van hoogleraar Jan Rotmans, de internationale autoriteit op het gebied van transitie en duurzaamheid.

Van Hoorn ziet daar een sociaal kantelpunt dat de ambitie voor een grootscheepse transitie zal markeren, mits de changemakers van dit moment meedoen. En dat doen ze. Met een proactieve bijdrage aan de versnelling van ieders missie. ‘Zelf denk ik dat de Impact Fair een accelerator kan zijn voor de SDG’s (Sustainable Development Goals) van de VN. Misschien wel wat ambitieus gedacht maar ongetwijfeld leveren we een bijdrage met onze positieve energie. We moeten de bubbel vergroten. Dus een veel groter publiek bereiken dan alleen de mensen die al goed bezig zijn. Impact leeft heel erg, maar alleen in "de bubbel". Daar moeten we doorheen breken. Daar geloof ik heilig in.’

Impact Fair: 3, 4 en 5 april 2025

Jaarbeurs, Utrecht

Informatie: <https://impactfairnederland.nl/>