



DP MEDIA

“MVO biedt zakelijke mogelijkheden en concurrentievoordelen”

Individueen maken van MVO een hype, leeg vat of mindfulness-verandering. MVO biedt zakelijke mogelijkheden en concurrentievoordelen. Soms geven partijen uiterst onhandig terug aan de maatschappij. MVO slechts als kosteneffectieve aanpak om aan strategische doelen en belangen te werken, is een zelfzuchtig vertrekpunt. De filantropische grondslag en het gewortelde verhaal zijn dan ver te zoeken. Zolang partijen plat gezegd alleen aan public relations denken, missen ze de wezenlijke kans om oprecht impact te maken. Ik zie dit dagelijks, meestal met de vraag waarom storytelling zo'n worsteling is. Joh! Om Simon Sinek te quoten: “People don't buy what you do. They buy why you do it”. Toelichting: als diversiteit en vrouwen niet meer ‘in’ zijn, keer ik het niet de rug toe. Iets met mijn wortels, levenspad en verhaal. Kern + medemens = mindfulness & toekomst MVO. «