



Verslag  
Executive Breakfast\*  
Engaging with the future  
differently - from pyramids  
to pancakes

\* Ladies only

19 mei 2011, Restaurant Woods, Leiden



---

“We zijn te rationeel geworden. Met alleen ratio red je het niet bij complexiteit. Je hebt ook intuïtie, instinct en emotie nodig.”

# Engaging with the future differently - from pyramids to pancakes

'Van testosteron naar oestrogeen' – beeldender kun je het voor een 'Executive Breakfast – ladies only' niet samenvatten. Bedoeld is een tijdperk te schetsen die een scherpe overgang markeert van een piramidaal georganiseerde wereld naar een platte netwerkmaatschappij of netwerkeconomie. Deze transitie 'from pyramids to pancakes', zoals de overkoepelende titel voor het 'Executive Breakfast – ladies only' officieel luidde, kreeg tekst en uitleg in de referaten van Josephine Green en Marloes Pomp. Marjet van Zuijlen trad op als moderator.

De transitie van de technologische, marktgedreven groei van de 20ste eeuw naar de sociaalecologische groei van de 21ste eeuw heeft grote gevolgen. Green noemt het een overheersersmodel, met als achterliggende gedachte: wij zijn de heersers over het universum. Dat hiërarchische model moet plaats maken voor een samenwerkingsmodel. We zijn niet de heersers over - maar een onderdeel van het universum.

Het draait in de nabije toekomst niet langer om waarden als competitie, individualisme, winnaars en verliezers, waaraan in organisaties en politiek veel tijd en veel energie wordt verspild. Dat is de struggle to get to the top of the pyramid. Maar competitie is niet de menselijke aard. Nu is de inzet het herstel van een veel 'natuurlijker' balans tussen testosteron en oestrogeen, waarin we bewust kiezen voor de meer horizontale waarden van decentraliseren en samenwerken.

Green gelooft niet in schaarste. Het probleem zit hem volgens haar in de distributie. We moeten beseffen dat we in potentie overvloed hebben. Samenwerking komt voort uit overvloed. Greens boodschap luidt dan ook: "We moeten naar een non-rationele mindset. Non-rationeel, niet irrationeel. Maar we zijn te rationeel geworden. Met alleen ratio red je het niet bij complexiteit. Je hebt ook intuïtie, instinct en emotie nodig."

Marloes Pomp legt uit waarom het sociale internet een belangrijke rol heeft in de transitie naar de nieuwe netwerksamenleving en netwerkeconomie. De 'platte' samenleving vereist immers een andere manier van samenwerken, het 'nieuwe werken'. We moeten goed nadenken over hoe je optimaal met iemand samenwerkt online, hoe je zo veel mogelijk kennis met anderen kunt delen. Dat vergt van ons ook nieuwe vaardigheden, bijvoorbeeld in leiderschap en teamoverleg.

Tools als LinkedIn, Skype en Twitter maken 'het nieuwe werken' mogelijk, maar zegt Pomp: "Je moet je daarbij niet focussen op de tools, maar op de gedachte die er achter zit." De vraag is eerder of zo'n tool real-time is, of het een optimaal middel is om informatie, kennis en ervaringen te delen en over te dragen. Wat dat betreft gaan de ict-ontwikkelingen pijlsnel. Voor jongeren is e-mail al een achterhaald medium... Dat maakt tegelijk ook de diepe kloof zichtbaar tussen groepen mensen.

Het nieuwe tijdperk is tegelijk een strijdperk, want, zegt Green: "De oude wereld geeft haar privileges niet zomaar op." Pomp maakt zich daar heel veel zorgen over. "Ik schrik me elke keer weer helemaal rot wanneer ik in buurthuizen trainingen Sociale Media geef. Voor veel mensen is Facebook het enige wat lukt, dus ik heb al mijn hoop op Facebook gevestigd. We moeten echt aandacht hebben voor die laag van de bevolking. Ik zie de kloof groter worden; het is toch echt belangrijk dat mensen online hun weg weten te vinden."

Mensen gaan terugvechten, is de ervaring van Green. Voor haar is de enige manier om de boosheid te bestrijden "om een kantelpunt te bereiken. De nieuwe wereld wacht".

## **Caroline Zegers**

Voorzitter Executive Programma – ladies only  
czegers@deloitte.nl



# ‘In de netwerkmaatschappij moeten we samenwerken’

---

Met een inspirerend verhaal legt Josephine Green de zaal uit waar het met de wereld naar toe gaat. Ze schetst een maatschappij zonder hiërarchie, waar andere waarden een rol gaan spelen en waar het draait om een ecosysteem van diensten en oplossingen. Een toekomst gebaseerd op overvloed, in plaats van op schaarste. Een toekomst die niet lang meer op zich zal laten wachten.

Josephine Green vertelt dat ze een Italiaanse moeder en een Engelse vader heeft. Ze heeft in Londen gewerkt als geschiedenislerares en richtte in Soho een centrum voor werkloze jongeren op. In 1977 vertrok ze naar Italië, om onder meer te werken voor een vooraanstaand instituut voor sociale verandering. “Daar heb ik het vak geleerd. Daar heb ik geleerd

---

## ‘De laatste dertig jaar hebben we de wetenschap opzij geschoven om plaats te maken voor een nieuwe God: de markt.’

te kijken naar de wereld door de bril van mensen, van maatschappelijke cultuur, in plaats van door een technologische of economische bril. Maar het meest ben ik macrohistoricus. Ik kijk graag naar het grotere plaatje. Dat wil ik vandaag ook doen. Laten we ons oordeel opschorten en ons hart en ons hoofd openzetten.”

### **Failliet wereldbeeld**

Onder verwijzing naar Peter Drucker opent Green haar lezing met de stelling dat er één heel groot idee failliet is: ons huidige wereldbeeld. Dat was ooit nuttig, maar dient zijn doel niet langer. En als ons wereldbeeld een mythe is, liggen er volgens Green twee grote uitdagingen. Hoe maken we de transitie van het ene wereldbeeld naar het andere, want dat gebeurt niet zo vaak in de geschiedenis. En, twee, hoe gaan

we om met de enorme complexiteit van het nieuwe wereldbeeld?

De wereld is out of control. Wat betekent dat voor ons persoonlijk, beroepshalve en op het maatschappelijke vlak? We zullen anders met de toekomst moeten omgaan. Green: “Het oude wereldbeeld, dat bestaat sinds ongeveer 1780, is gebaseerd op massa en biedt een machinale kijk op de wereld. De wereld is voorspelbaar, onder controle. De structuur van een piramide is: topdown; de waarheid is bekend aan de top en die wordt doorgegeven naar beneden. Eerst was de top God, daaronder kwamen de priesters, en onderaan de gewone mensen.

In het industriële tijdperk hebben we God opzij gezet om plaats te maken voor wetenschap en technologie. De priesters maakten plaats voor wetenschappers, onderaan stonden nog steeds de gewone mensen. De laatste dertig jaar hebben we de wetenschap opzij geschoven om plaats te maken voor een nieuwe God: de markt. Financiële jongens namen de plaats in van de wetenschappers en onderaan staan nog steeds de gewone mensen. Als ik 200 jaar geleden had gezegd: God blijft misschien niet aan de top van de piramide staan, zouden jullie me voor gek hebben verklaard. Nu verklaren economen me misschien voor gek. Maar alles komt, en alles gaat.”

### **Sociale innovatie**

De verschuiving van de technologische, marktgedreven groei van de 20ste eeuw naar de sociaal-ecologische groei van de 21ste eeuw heeft grote consequenties. Green: “Waar probeer je heen te gaan in de piramidestructuur als je slim bent, en ambitieus? Naar boven. Er wordt in veel organisaties veel tijd en veel energie besteed aan politiek, aan the struggle to get to the top. Aan waarden als competitie, individualisme, winnaars en verliezers. Heel testosteron! Het is het overheersersmodel, met als achterliggende gedachte: wij zijn de heersers over het universum. Maar er zijn dingen veranderd. We zijn met zeven miljard mensen, er is een immense sociale diversiteit ontstaan. Televisie, reizen, internet hebben allerlei verschillende manieren van leven in ons bestaan gebracht. Er zijn zo veel keuzemogelijkheden nu. De digitale sociale technologie maakt de maatschappij platter. We moeten op een andere basis naar de wereld gaan kijken.

Ik denk dat de volgende fase het beste omschreven kan worden als een sociaal-ecologisch tijdperk in plaats van het huidige industrieel-productietijdperk. Het gaat niet meer om de markt, maar om micromarkten, om markten op maat. Het gaat niet meer om consumeren: we hebben alles al. Misschien dat ze in het Oosten nog spullen nodig hebben, wij in elk geval niet meer. Het gaat om een ecosysteem van informatie, diensten, oplossingen en ervaringen. En het gaat niet meer om consumenteninnovatie, maar om sociale innovatie. De wereld verandert, we moeten vrijwel alles heruitvinden. De piramide is nu zo plat als een pannenkoek. We geloven niet meer dat de wereld werkt als een machine, dat de wereld voorspelbaar is. De wereld is dynamisch, complex, en blijft constant evolueren.

Steeds meer mensen, met name jongeren, zijn zich bewust van het feit dat als we waarden als competitie en individualisme blijven aanhangen, we uitsterven.

In deze netwerksamenleving moeten we samenwerken. We zijn niet de heersers over het universum, we zijn onderdeel van het universum. Waarden als mindfulness en verantwoordelijkheid komen neer op: meer oestrogenen. Ik zeg niet dat we van een mannelijke naar een vrouwelijke samenleving gaan, maar van onevenwicht naar evenwicht."

#### **Nieuwe verhalen vertellen**

Hoe dat in de praktijk werkt? "We moeten een aantal dingen doen om van kwantitatieve naar kwalitatieve groei te gaan", benadrukt Green. "Onze samenleving meet alleen productiviteit, consumptie en winst. Dat systeem moet herijkt worden. We moeten gezondheid, welbevinden en geluk in het bruto binnenlands product opnemen. De OESO is er al over aan het nadenken. Verder moeten we de verbeeldingskracht

stimuleren: laten we beginnen met het vertellen van nieuwe verhalen. Dat is belangrijker dan nog meer aandeelhouderswinst. We moeten onze productie en consumptie heroverwegen."

"Het is allemaal te groot geworden, we moeten decentraliseren, terug naar de lokale markt. Het materialisme achter ons laten. Beschikbaarheid wordt in de toekomst veel zwaarder gewogen dan eigendom, die signalen krijg je nu al. We moeten gezondheidszorg, onderwijs, verkeer, milieu, werkloosheid anders aan gaan pakken, nieuwe manieren verzinnen om te leveren. Sociale innovatie vindt plaats als de sociale noodzaak er wijderspreid is en als er wijderspreide nieuwe technologieën zijn. Grote bedrijven hebben moeite te accepteren dat de meeste mensen meer weten dan de grote bedrijven denken. Het probleem in het piramidemodel is dat we onze verantwoordelijkheden hebben afgestoten richting experts. We geloven niet meer in ons eigen instinct. We moeten onze intelligentie en onze creativiteit terugwinnen. We moeten het niveau van onderwijs voor iedereen omhoog krikken om de capaciteit te benutten die we nodig hebben om te overleven. Decentraliseren, en samenwerken."

#### **Herstel van balans**

Als je zo'n evolutionaire kijk op de wereld aanneemt, is 'natuur' een betere metafoor voor de 21ste eeuw dan 'machine', vindt Green. "De natuur is heel complex, maar er zijn een paar simpele regels. Een cel plant zich voort, past zich aan, plant zich voort en past zich weer aan. Wat werkt, blijft. Wat niet werkt, valt af. De natuur is veerkrachtig. Als vrouwen hebben we meer affiniteit met natuur als metafoor dan met machine. De evolutie is een voortdurend experiment. Daarom moeten we iedereen de vaardigheid leren om intelligente beslissingen te nemen, samen met anderen. Als meer mensen meer dingen gaan doen, levert dat meer op.

Het piramidemodel is gebaseerd op het principe 'schaarste'. Niet genoeg voor iedereen, dus competitie. Maar competitie is niet de menselijke aard. Ja, de evolutie heeft ons geleerd om te vechten, maar ook om lief te hebben, te zorgen, te delen. Kwaliteiten die in het piramidemodel aan vrouwen zijn toegewezen en

---

**‘Het probleem in het piramidemodel is dat we onze verantwoordelijkheden hebben afgestoten richting experts.’**

dus onzichtbaar bleven. Maar de tijd herstelt de balans tussen testosteron en oestrogeen. We moeten bewust voor deze waarden kiezen. Ik geloof niet in schaarste. Het probleem zit hem in de distributie. Er zijn te weinig mensen met te veel bezit. Dat is geen schaarste, dat heet plunderen. Laten we ons realiseren dat we in potentie overvloed hebben. Samenwerking komt voort uit overvloed. We moeten naar een non-rationele mindset. Non-rationeel, niet irrationeel. Maar we zijn te rationeel geworden. Met alleen ratio red je het niet bij complexiteit. Je hebt ook intuïtie, instinct en emotie nodig.”

---

**Josephine Green**, van 1997 tot 2009 Senior Director of Trends and Strategy bij Philips Design, zocht de verbinding tussen sociale innovatie, duurzaamheid en design. Tegenwoordig verkondigt Josephine als social foresighter haar gedachtegoed over de pancake world. Ze reist de wereld rond om hierover lezingen te geven en is adviseur van European Futures and Research platforms. Ze geeft college aan diverse Engelse en Europese universiteiten.

---

---

‘Met alleen ratio red je het niet bij complexiteit. Je hebt ook intuïtie, instinct en emotie nodig.’





### **Pyramids and pancakes**

In haar tijd als Senior Director Trends and Strategy bij Philips Design ontwierp Josephine Green het model 'Piramides en pannenkoeken: van schaarste naar overvloed'. Naar haar mening maken we een radicale - en noodzakelijke - verandering door in onze manier van denken. We moeten een evolutionaire sprong maken, willen we in de toekomst overleven.

Aan de ene kant stelt Green dat het huidige piramidale systeem, gebaseerd op schaarste en

als dusdanig oorzaak van concurrentie (less is more), niet duurzaam en houdbaar is indien het als enig systeem zou blijven bestaan. Aan de andere kant poneert ze de dringende behoefte aan de introductie van een nieuw concept, inherent verbonden aan de complexiteit van de huidige wereld waar alles met elkaar verbonden is: de (platte) pannenkoek, gebaseerd op de participatie van alle inwoners (more is more). Dit concept zal gaandeweg aan belang winnen ten opzichte van het piramidale systeem.

---

“Ik zeg niet dat de piramidestructuur fout was, maar hij is niet nuttig meer. Waarom zou je willen kunnen kiezen uit 500 verschillende soorten tandpasta? Je zou er een burn-out van krijgen.”

Josephine Green

---

“The financial and economic crisis makes creativity and innovation in general and social innovation in particular even more important to foster sustainable growth, secure jobs and boost competitiveness.”

José Manuel Barroso, President of the European Commission

---

“If you want to build a ship don't drum up people to collect wood and don't assign them tasks and work, but rather teach them to long for the endless immensity of the sea.”

Antoine de Saint Exupéry

---

“When faced with a radical crisis, when the old ways of being in the world, of interacting with each other and with the realm of nature doesn't work anymore, when survival is threatened by seemingly insurmountable problems, an individual life form-or a species- will either die or become extinct or rise above the limitations of its condition through an evolutionary leap.”

A New Earth, Eckhart Tolle

---

“Competition is born of and perpetuates scarcity. Collaboration is born of and perpetuates abundance. Herein lies an evolutionary leap.”

Josephine Green



# ‘Het gaat steeds meer om toegang-hebben-tot’

Marloes Pomp, eigenaar van Digital Action, hield voor een geboeid publiek een betoog over ‘Web 2.0: het nieuwe werken’. “Ik vind het nog altijd raar om mezelf te omschrijven als ‘eigenaar’; ik identificeer me niet met een organisatie, maar met communities. Ik wil ook geen medewerkers. ‘Medewerker’ is een achterhaald concept. Ik huur alleen nog maar mensen in op expertise, ik participeer alleen nog in netwerken. Het aantal medewerkers in een bedrijf als statussymbool, daar moeten we vanaf.”

De presentatie, of liever ‘prezi’ van Marloes Pomp is ook online te vinden, vertelt de expert direct aan het begin. “Als een moderne variant van PowerPoint. Op deze manier kun je presentaties delen met anderen, het verhaal verder verspreiden, iedereen kan ermee werken.” Ze voelt zich aangesproken door de opmerking van Josephine Green dat het gaat om toegang en niet meer om bezit. “Communities gaan steeds meer om ‘toegang hebben tot’. Maar ook in praktische zin zie ik dat steeds meer om me heen. Mijn elektrische auto deel ik bijvoorbeeld met anderen. Ik zal nooit iets leasen, want dan zit ik eraan vast. Ik geloof dat we dit soort constructies in de toekomst vaker gaan zien.”

## Sociale media in Nederland

De toekomst, en op welke manier wij dan werken, is exact waar Pomp zich uit hoofde van haar beroep mee bezig houdt. Aangezien we van een machinebureaucratie naar een informatie- en netwerksamenleving gaan, zal de wijze waarop samengewerkt wordt ook veranderen. “Toen ik op ‘pancakes’ googelde, zag ik dat pancakes stukken dikker zijn dan pannenkoeken, dus ik denk dat we

hier in Nederland goed in kunnen zijn. We lopen hier redelijk voorop met sociale media, dat moeten we benutten.”

Tools als LinkedIn, Skype en Twitter maken ‘het nieuwe werken’ mogelijk. Pomp: “Je moet je daarbij niet focussen op de tools, maar op de gedachte die er achter zit. De kracht van iets als FourSquare, dat heel erg in opkomst is, is dat het uitgaat van realtime. Je checkt ergens in, je ziet wie er nog meer zijn, je vertelt je netwerk waar je bent. Organisaties gaan daar al marketingacties aan koppelen. Een gratis kop koffie in het café waar je incheckt, bijvoorbeeld.”

## E-mail achterhaald

E-mail is in de ogen van Pomp al bijzonder ouderwets, juist omdat het niet realtime is. “Het is de enige tool die een ‘out of office’-functie kent. Het wordt tijd dat we binnen organisaties veel meer andere communicatiemiddelen gaan toestaan. We moeten de jongere generatie niet de ouderwetse communicatiemiddelen opleggen. Jongeren e-mailen echt bijna niet meer.”

En er zal meer veranderen door het nieuwe werken: het teamoverleg, het leiderschap. We moeten gaan nadenken over hoe je optimaal met iemand samenwerkt online, hoe je zo veel mogelijk kennis met anderen kunt delen, beargumenteert Pomp: “Toen boeken nog de belangrijkste kennisoverdragers waren, leerden we onze weg te vinden in de bibliotheek. Nu al die kennis en ervaring van mensen online staat, moeten we nadenken over de vraag: hoe moet je dat delen, hoe draag je iets over?”

## Aap, Noot, Mies

Toen Internet, versie 1.0 in de woorden van Pomp, pas opkwam, moesten we ontdekken wat de mogelijkheden waren. Internetbankieren deed zijn intrede, online reizen boeken, je eigen filmpjes maken en delen op het web, je eigen blog bijhouden. Het web 1.0, met 45 miljoen gebruikers wereldwijd in 1996,

---

‘We moeten de jongere generatie niet de ouderwetse communicatiemiddelen opleggen. Jongeren e-mailen echt bijna niet meer.’



heeft zich ontwikkeld tot een interactief platform voor samenwerking over de hele wereld, met al meer dan een miljard gebruikers in 2006.

Pomp: "We hebben dus nieuwe vaardigheden nodig. In plaats van Aap, Noot, Mies, zijn dat: Twitter, Filter, iPhone. Oftewel: leren hoe je omgaat met sociale media, opnieuw leren filteren en leren omgaan met apparaten. Een iPhone is niet meer om te bellen, het is je toegang tot het sociale web. Veel mensen denken dat de sociale media veel tijd kosten, maar dat is alleen zo als je aan de traditionele manier van werken vasthoudt."

---

## ‘We hebben nieuwe vaardigheden nodig. In plaats van Aap, Noot, Mies zijn dat Twitter, Filter, iPhone.’

Als voorbeelden van het nieuwe werken noemt Pomp projecten als [www.deelstoel.nl](http://www.deelstoel.nl), [dagjelesgeven.nl](http://dagjelesgeven.nl) en [verbeterdebuurt.nl](http://verbeterdebuurt.nl). "Dagjelesgeven is opgezet vanuit de gedachte dat er te weinig leerkrachten zijn, terwijl dat vreemd is. Er is genoeg expertise in Nederland, er is geen gebrek aan mensen die kennis kunnen overdragen. Dus via die site kunnen dat soort mensen aangeven welke expertise ze bezitten, hoe veel lessen ze willen geven, en dan kunnen ze worden geboekt."

### Andere vormen van communicatie

Bij Deloitte is men heel erg bezig met sociale media, weet Pomp. "De toegang tot sociale media is er een arbeidsvoorwaarde. Onlangs is er een Yammer-sessie geweest tussen de CEO van Deloitte en de medewerkers. Dit soort toepassingen zullen gebruikelijker worden. Als organisatie moet je openstaan voor andere vormen van communicatie." Pomp eindigt met vijf tips voor het omgaan met web 2.0. "Laat mensen vanaf het begin participeren, bied die ruimte. En maak het leuk: als je online gaat lopen zeuren, doet niemand met je mee. Verder moet je snel en flexibel zijn. Traditionele organisaties zijn vaak te traag. Bovendien geldt de regel: hoe meer je deelt, hoe hoger je status online is. En misschien wel de belangrijkste tip: een community is niet van jou. Ik heb al heel veel communities opgericht, maar ze zijn niet van mij."

---

**Marloes Pomp**, is specialist op het gebied van het nieuwe werken en web 2.0. Ze is eigenaar van Digital Action, strategisch partner van Deloitte, lid van de Denktank Nederlandse School Openbaar Bestuur en promovenda aan de Rijksuniversiteit Groningen. Marloes is een veelgevraagd spreker op congressen en verzorgt gastcolleges over social media op universiteiten. Daarnaast traint ze veel topambtenaren en executives uit het bedrijfsleven in digitale vaardigheden en het benutten van de kansen van web 2.0 voor de eigen organisatie.

---

# ‘Voor veel mensen is Facebook het enige wat lukt...’

---

De discussie onder leiding van Marjet van Zuijlen gaat in eerste instantie over de besproken stellingen, maar breidt zich al snel uit naar de media, de waarden van organisaties en de vraag of minder hoogopgeleide mensen nog wel mee kunnen in de nieuwe wereld. Josephine Green: “Het gaat om vertrouwen, om loslaten, en tegelijkertijd je waarden bewaken.”

Als grootste uitdaging van de 21ste eeuw voor organisaties en voor mensen persoonlijk wordt genoemd: kiezen, prioriteiten stellen. En, als we het hebben over nieuwe organisatiemodellen, die vorm te geven. “We moeten nog leren hoe we nieuwe manieren van samenwerken gaan toepassen. En om de verschillende communicatiekanalen voor de juiste dingen in te zetten. Een nieuw communicatiemiddel dat echt werkt, is Connect, of Yammer. Medewerkers kunnen alles zeggen, en je ziet dat mensen elkaar corrigeren als het te negatief wordt.”

---

“Ik zie de kloof groter worden; het is toch echt belangrijk dat mensen online hun weg weten te vinden.”

## Zelfreinigend vermogen

Verder is er gesproken over hoe de discussie in de media over je eigen organisatie te beheersen: “Zeker als er een keer iets fout gaat, heerst er toch een afrekencultuur. We worstelen met de transitie: het is fijn dat medewerkers meedenken, maar wat doe je als iemand aan de haal gaat met de waarden die je als bedrijf hoog houdt? De diepgang in de media op het gebied van waarheidsvinding laat nogal te wensen over.”

“Mensen worden heel snel afgestraft”, beaamt Marloes Pomp. “Niet alleen in de publieke sector, ook in het bedrijfsleven. Alles is nu eenmaal heel zichtbaar, nu. Ik denk dat we het iets meer tijd moeten geven, dat het zelfreinigend vermogen van je medewerkers en je klanten sterk genoeg is om de waarden van je organisatie te bewaken. Dat zie je intern gebeuren op Yammer, dat kan extern ook. Maar je moet het wel aandurven als organisatie. Vodafone deed dat laatst heel goed, die zeiden publiekelijk: ‘Dit is de uitspraak van een medewerker waar wij niet achter staan.’ Ze hebben die medewerkers niet ontslagen, ze hebben het uitgelegd.”

## Groeiende kloof

Josephine Green: “Het gaat om vertrouwen, om loslaten, en tegelijkertijd je waarden bewaken. Je kunt alleen maar loslaten als je je waarden goed definieert en parameters stelt. Binnen die parameters zijn medewerkers vrij. Als ze eroverheen gaan, heb je het recht om te vragen of ze er binnen willen blijven. Je hoeft ze niet meteen te ontslaan, je start een discussie.”



Over het fenomeen dat minder hoogopgeleide mensen moeilijker meekomen in deze nieuwe wereld, zegt Marloes Pomp: "Daar maak ik me heel veel zorgen om. Ik geef ook trainingen Sociale Media in buurthuizen en ik schrik me elke keer weer helemaal rot. Voor veel mensen is Facebook het enige wat lukt, dus ik heb al mijn hoop op Facebook gevestigd. We moeten echt aandacht hebben voor die laag van de bevolking. Ik zie de kloof groter worden; het is toch echt belangrijk dat mensen online hun weg weten te vinden."

Niet alleen wordt de kloof groter, ook de boosheid groeit, concludeert de zaal. Josephine Green: "Het is een strijdperk, je ziet dat mensen terug gaan vechten. De Britse regering kent in haar eigen gelederen op dit moment tien miljonairs; de oude wereld geeft haar privileges niet zomaar op. De enige manier om de boosheid te bestrijden is om een kantelpunt te bereiken. De nieuwe wereld wacht."

---

**Marjet van Zijlen**, is politicoloog en historicus. Van 1994 tot 2000 was ze lid van de Tweede Kamerfractie van de PvdA. Na 2000 zette ze haar loopbaan voort bij Deloitte waar ze tot 1 juni 2009 partner was. Naast haar werk als consultant, professioneel moderator en dagvoorzitter vervult Marjet verschillende bestuurlijke functies en commissariaten.

---

### **Executive Breakfast – ladies only**

Voor vrouwelijke (non-)executives van de top van het Nederlandse bedrijfsleven en de publieke sector, organiseert Deloitte twee maal per jaar een Executive Breakfast – ladies only. Tijdens deze ontbijtbijeenkomsten staan actuele onderwerpen op de agenda van de CEO, CFO, CHRO en commissaris centraal. Inspirerende sprekers delen hun kennis en ervaring en gaan het debat aan met de aanwezige topvrouwen.

Het Executive Breakfast – ladies only is onderdeel van het Executive Programma van Deloitte Nederland.

### **Mark your calendar**

Wilt u bij het eerstvolgende Executive Breakfast – ladies only aanwezig zijn? Reserveer dan donderdagochtend **6 OKTOBER 2011** in uw agenda.

De uitnodigingen op persoonlijke titel worden ruim van tevoren toegestuurd. Wilt u uw interesse in deelname nu alvast kenbaar maken? Stuur dan een e-mail met uw contactgegevens naar [executivebreakfast@deloitte.nl](mailto:executivebreakfast@deloitte.nl).

### **Meer informatie & contact**

Meer informatie en actuele gegevens over het Executive Programma vindt u op [www.deloitte.nl/executiveladiesprogramma](http://www.deloitte.nl/executiveladiesprogramma).

Voor vragen over het Executive Breakfast – ladies only kunt u contact opnemen met Caroline Zegers, Voorzitter van het Executive Breakfast via [czegers@deloitte.nl](mailto:czegers@deloitte.nl).



Deloitte  
Wilhelminakade 1  
Postbus 2031  
3000 CA Rotterdam

**Caroline Zegers**

Telefoonnummer +31 (0)88 288 2130  
Faxnummer +31 (0)88 288 9952  
czegers@deloitte.nl  
www.deloitte.nl

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, a UK private company limited by guarantee, and its network of member firms, each of which is a legally separate and independent entity. Please see [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about) for a detailed description of the legal structure of Deloitte Touche Tohmatsu Limited and its member firms.

Deloitte provides audit, tax, consulting, and financial advisory services to public and private clients spanning multiple industries. With a globally connected network of member firms in more than 150 countries, Deloitte brings world-class capabilities and deep local expertise to help clients succeed wherever they operate. Deloitte's approximately 170,000 professionals are committed to becoming the standard of excellence.

This publication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, its member firms, or their related entities (collectively, the "Deloitte Network") is, by means of this publication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser. No entity in the Deloitte Network shall be responsible for any loss whatsoever sustained by any person who relies on this publication.