



# VAN ALLE TIJDEN

*Het ideaal dat mensen zich stellen, evolueert van 'hebben' naar 'zijn'.*

In het denken over ambities en idealen is een opmerkelijke verschuiving zichtbaar. Groots, meeslepend en snel leven 'ten koste van' is niet langer iets om je mee te positioneren. Dichtbij, overzichtelijk, authentiek en oprecht betrokken bij mensen en de omgeving juist weer wel. Het ideaal dat mensen zich stellen evolueert van 'hebben' naar 'zijn'. Een zoektocht die mede is ingegeven door het failliet van het ongebreidelde materialisme, een erfenis uit de industriële revolutie. Een toenemend aantal mensen is zich bewust van de immense problemen waarvoor de wereld zich gesteld ziet en wil daar actief wat aan doen. Ook omdat blijkt dat alleen 'hebben' maar weinig voldoening geeft en de effecten van blinde ambities desastreus kunnen zijn.

Ieder mens verlangt ten diepste naar een betekenisvol bestaan. Hij wil ertoe doen en iets betekenen, voor zichzelf en voor de mensen die hem dierbaar zijn en die bij hem horen. Daar liggen universele menselijke waarden, gevoelens en verlangens onder. En het is een ideaal van alle tijden. Nieuw is dat het onderwerp van gesprek is. En dat is nog wennen. Een ideaal is een voorstelling



By Ficoor

van het volmaakte. Ongrijpbaar, onzichtbaar; niet meetbaar. Geen gemakkelijke gespreksstof. Ook niet voor de mensen van de Rabobank. Maar het is wel een onderwerp waar de bank grote waarde aan hecht. De Rabobank is op een ideaal gefundeerd: mensen aanraken in wat ze werkelijk willen en bespreekbaar maken wat ze misschien niet direct kunnen duiden, maar waar ze wel ten diepste naar verlangen. Honderd jaar geleden was dat al zo en vandaag de dag nog steeds. En het is de ambitie van de bank om een stuwende en vernieuwende kracht te zijn die bijdraagt aan een duurzame ontwikkeling van welvaart en welzijn. Ideaal en ambitie gaan verder dan het uitoefenen van het bankvak. Naast een uitstekende kennis van het metier vraagt dit van de mensen van de Rabobank dat ze ontvankelijk zijn voor de subtiele en gevoelsmatige factoren die anderen bewegen en met elkaar verbinden en dat ze zich bewust zijn van de ontwikkelingen in hun omgeving en in de wereld. Dat is een wezenlijk andere oriëntatie dan het verkopen van financiële producten en diensten. Het leidt tot andere gesprekken en een andere manier van doen.

Al is de werkelijkheid soms weerbarstig. Verreweg de meeste mensen – ongeacht of het nu klanten of bankmedewerkers zijn – vinden het aanmerkelijk gemakkelijker te praten over de rationele aspecten des levens dan een gesprek te voeren over ambities, idealen, vergezichten, keuzes en dilemma's. De intentie om de uiterlijke en de innerlijke werelden aan elkaar te verbinden is echter essentieel voor de manier waarop de Rabobank in de wereld wil staan. Omdat spirit, bezieling, de kracht om te scheppen, te creëren en vooruit te komen alleen ontstaan als mensen zich verbonden voelen met andere mensen en met de wereld om hen heen, en daar ook woorden aan durven te geven. Idealen brengen nieuwe ideeën voort, en met ambities zijn deze te realiseren.

Willemien Veldman-Marsman  
Projectmanager Coöperatie & Governance Rabobank

In De Kennisbank geven deskundigen van de Rabobank hun visie op het thema van *Second Sight*.