

Het leven op één

'Vandaag is mijn belangrijkste drijfveer regeneratie', post Marielle Gussenhoven op LinkedIn. Ze is marketing strateeg van merken met een regeneratief oogmerk. Ze legt uit: 'Altijd voor leven kiezen. Meer biodiversiteit, meer gezondheid in de bodem en daarmee een gezonder product voor je lichaam. Een goede voorouder zijn'.

Hoe doet ze dat 'leven op één zetten'? Regeneration – Ending the climate crisis in one generation –, het boek van de Amerikaanse auteur Paul Hawken is haar inspiratiebron. „Een soort van bijbel van internationale projecten op dit gebied. Het mooie van regeneratie is dat het een stap verder gaat dan duurzaamheid. Duurzaamheid is alles hetzelfde houden. Regeneratie is iets beter achterlaten en voor ogen houden wat de generaties na ons nodig hebben.”

Als middelste van drie dochters is ze in 1976 geboren in Wassenaar. Het ondernemende zat erin. Haar vader was makelaar en haar moeder runde als 21-jarige een kleuterschool. „Mijn oudste zus werkt in de gezondheidszorg en de jongste als officier van justitie. Door mijn nieuwsgierigheid, daadkracht en sterk rechtvaardigheidsgevoel had ik een gezonde strijd met de behoudende gefortuneerde omgeving waarin ik opgroeide. Ik was toen al maatschappelijk begaan en bezig met de grote wereld.”

Met de vraag 'waarom doen mensen wat ze doen en wat beweegt ze?' gaat ze in Leiden psychologie studeren en volgt daar een nieuwe richting over consumentengedrag. „Ik wilde dicht bij het bedrijfsleven blijven en niet de therapeutische kant op.” Ze werkt bij Nestlé en later bij AH waar ze verantwoordelijk is voor massa communicatiecampagnes zoals de Hamsterweken. Maar er gaat iets knagen. „Dan lagen er bijvoorbeeld voetbalplaatjes voor de winkel op de grond. Ik dacht 'Hoe mooi zou het zijn als je 95 procent van Nederland kan bereiken met een goede boodschap?' In 2010 gaat ze weg om te verkennen wat ze met die gedachte wil.

Pratend met allerlei mensen ontmoet ze de ondernemer achter Marie-Stella-Maris, die werkt vanuit 'Iedereen heeft recht op schoon drinkwater', en wordt daar marketingmanager. Met een klein team introduceert ze succesvol het merk op de markt. „Voor mij viel het muntje; Hoe mooi als een merk vanuit zijn DNA goed is. Een merk waarin ethiek en esthetiek samengaan.”

Beter achterlaten

In die periode wordt ze zwanger. Als ze ruim een jaar na een gecompliceerde zwangerschap van haar eenige tweeling weer gaat werken bedenkt ze, 'Wat ik bij Marie-Stella-Maris deed wil ik voor meer ondernemers'. „Daar ben ik acht jaar geleden Wholebrands voor gestart met als drijfveer ervoor te zorgen dat er voor elk product wat je nodig hebt een optie is die de wereld juist beter achterlaat. Dat is wat ik nu doe.”

Als marketingstrateeg werkt ze voor bedrijven - opgericht om het verschil te maken -, die in de scale-up fase zitten, ze helpt starters een fundament onder hun merk te leggen en daarnaast doet ze coaching sessies met ondernemers. Waar



Marielle Gussenhoven: „Het gaat erom wat ik in mijn eigen gemeenschap kan doen.”

HELEEN VINK

nodig formeert ze bij merken een passend creatief team uit haar netwerk. „Ik ben vooral gefocust op merken die vanuit landschapsherstel zijn ontstaan, zoals Wilder Land. In 2017 ben ik hiermee voor het eerst aan de slag gegaan met Wij.land die projectmatig landschappen herstelt. Toen ik hoorde hoe dat werkt en hoe zo op holistische wijze het gros van alle wereldproblemen kan worden opgelost, heb ik een eigen permacultuur tuin aangelegd.”

Ze volgde het afgelopen jaar een opleiding bij regeneratieve boerderij Bodemzicht in Nijmegen. „Een onderdeel daarvan is het schrijven van je holistische context. Een eigen visie over hoe te leven, politiek, de samenleving en wat je eet.

Opnieuw viel een muntje. Het gaat erom wat ik in mijn eigen gemeenschap kan doen en niet te blokkeren op grote wereldthema's. Dat kleine schept ruimte en is voor mij de oplossing. Zoals bouwen aan een lokaal theemerk met thee van lokale boeren in plaats van thee uit Sri Lanka. Dat is regeneratie voor mij.”

Ondanks de realiteit dat als eenmansbedrijf haar slagkracht beperkt is, blijft voor haar het creëren van die hoopvolle olievlek noodzaak. „Om een toekomst te behouden zullen er heftige veranderingen moeten plaatsvinden en oude systemen worden afgebroken.”

Zie: wholebrands.nl

Heleen Vink

“Er zullen heftige veranderingen moeten plaatsvinden, oude systemen moeten worden afgebroken