

#44. Inflatie funest voor sociaal ondernemers?!

Intro: "Investeerders hadden vanuit beginsel natuurlijk al een 'patient-mindset,' dus ook onze aandeelhouders, dus niet alleen wij als fonds, maar ook de aandeelhouders die daar achter zitten weten, we moeten impact maken, maar het geld komt niet morgen terug. Dus dat hadden ze toch al bedacht, met of zonder inflatie."

Intro: "Welkom bij Money Matters. Een podcast over geld en impact waarin Social Finance NL je meeneemt door het landschap van impact investeren en je bijpraat over de impact economie."

Ruben: "Hi en leuk dat je luistert naar Money Matters. Mijn naam is Ruben Koekoek en aan de andere kant van de lijn vandaag Jamy Goewie."

Jamy: "Hallo, hallo."

Ruben: "Hi Jamy."

Jamy: "Hi Ruben."

Ruben: "Hoe is het met je?"

Jamy: "Nou ja, koud he. Ik zit gewoon op dit moment zit ik thuis. En gewoon netjes met een fleecetrui en een bodywarmer."

Ruben: "Ja, hoeveel graden permitteert de familie Goewie zich?"

Jamy: "De familie Goewie zit op een nette 18.5 graad. Ik moet wel zeggen, ik ben hier soort van een vrouw van middelbare leeftijd, dus ik heb het veruit het koudst. De kinderen en manlief zijn met 17 graden ook oké. Hoe is het bij jou Ruben? Hoe zit jij erbij?"

Ruben: "Ja, wij zitten op 19 graden. Behalve op zondag ochtend. Dan is het feest: 21 graden."

Jamy: "Oh ja, precies. Het is wel even wennen. Ik ben ook wel van de warmte, maar goed."

Ruben: "We hebben ook gewoon nog steeds het oude contract. Dus de gedragsverandering komt zonder financiële impuls. Maar 1 januari dan houdt het bij ons op. Dan krijgen we een nieuw contract."

Jamy: "Dan wordt het allemaal elektrische dekentjes. Op de bank zitten met een warme kruik of zo."

Ruben: "Ja, precies. En Jamy, we gaan het dus ook hebben over inflatie. En de centrale vraag van vandaag is: Is inflatie funest voor sociaal ondernemers? En om die vraag te

beantwoorden heb jij mij ook naar Co-Financing Our Future gestuurd gister. En daar ging ik ook naar toe want ik hoopte jou ook daar te ontmoeten. Maar, oké.”

Jamy: “Ik was er niet.”

Ruben: “Was een hele fijne avond. Daar gaan we het niet teveel over hebben. Ik heb met je collega Jelena heel uitgebreid gesproken. Was heel leuk. Maar inflatie. Het treft ons allemaal. Nu waren de inflatiecijfers van november bekend, dat was zo'n 10 procent. Maar de vraag die ik met jou wil behandelen is: Treft het sociaal ondernemers nou zwaarder dan reguliere ondernemers of niet? En wat is jouw ervaring daarmee in de praktijk als impact investeerder. Ik heb je niet geïntroduceerd. Maar meeste kijkers kennen jou. Jij bent partner bij de Shaping Impact Group. En beheert een aantal impact fondsen.”

Jamy: “En de kijkers kennen mij, maar kennen de luisteraars mij ook? Dat is natuurlijk de vraag. Ik denk het wel. Als ze af en toe hebben geluisterd. Want, de mensen die nu kijken naar hun Spotify, dat zijn natuurlijk ook niet de slimste.”

Ruben: “Maar jij bent ook op YouTube te vinden. We zetten de aflevering soms weleens op YouTube. Deze niet.”

Jamy: “Ik ga gewoon een beetje voor de kijkers op Spotify. Dat is dan een beetje waar we nu op insteken. Nee hoor, lieve luisteraars. We maken een grapje. Ik ben geen econoom Ruben, jij wel. Dus ik ga een beetje praten als ervaringsdeskundige vandaag over wat ik gewoon zie. Dus is het gister nog voren gekomen bij COFOF of niet specifiek?”

Ruben: “Niet specifiek, maar ik heb het wel gevraagd aan collega investeerders. Zo kwam ik Freija Vermeer tegen van Stichting DOEN. En ik vroeg haar of sociaal ondernemers nou meer last hebben van inflatie dan hun collega ondernemers.”

Jamy: “Ik ben wel benieuwd wat ze zei.”

Ruben: “Freija Vermeer, Stichting DOEN. Inflatie raakt iedereen, maar raakt het sociaal ondernemers nou meer dan reguliere ondernemers?”

Freija: “Dat denk ik wel, dat sociaal ondernemers er meer door geraakt worden. Hangt natuurlijk wel van de sector af, hoe lang ze actief zijn, hoe groot ze zijn. Uiteindelijk zijn ze vaak toch afhankelijk van hogere kosten die ze moeten dragen als ondernemer. En door de inflatie, maar ook door de stijgende energieprijzen, moeten ze dat toch doorberekenen. En dat komt vaak niet ten goede uiteindelijk van hun eigen businessmodel. Dus dat is wel echt een uitdaging.

Ruben: “En dat doorberekenen is dan lastig voor ze?”

Freija: “Ja, dat zie je natuurlijk ook wel. Dat je de hele true cost, true pricing trend eigenlijk wordt geïmplementeerd. Dus dat vooral sociaal ondernemers al proberen bepaalde kosten proberen te integreren in de prijs, maar dat de consument ook niet altijd daartoe

bereid is om te betalen. Dit zou er dus eigenlijk ook nog eens bovenop komen. Dus dat maakt het wel extra lastig voor ze.”

Ruben: “Dankjewel.”

Ruben: “Dus Freija zag wel dat er veel meer last was bij sociaal ondernemers van die inflatie. Zie jij dat ook in de praktijk?”

Jamy: “Nou als ik kijk naar onze eigenlijk portfolio, dan eigenlijk niet direct. En ik snap wel waar zij het over heeft met true pricing. Als je daar al mee bezig bent en dat is heel belangrijk en dan ligt je natuurlijk al vaak wat hoger dan de race tot de bodem achtige prijzen. Als je dan nog inflatie hebt, dan wordt het misschien nog te duur voor sociaal ondernemers. Dat is eigenlijk wat ik haar een beetje hoor zeggen. Maar onze portfolio bestaat uit bedrijven die een sociaal, maatschappelijk probleem oplossen. Dus niet perse iets wat richting klimaat en energietransitie gaat. En daar zie eigenlijk dat hoe groter de maatschappelijke crisis, hoe meer aandacht er is voor het type onderneming of innovatie die ze hebben. Dus wij werken samen met Helper, die koppelen mensen uit de buurt aan elkaar, zodat zij elkaar voor een klein tariefje makkelijker kunnen helpen. Hoe duurder alles wordt, hoe sneller mensen elkaar vinden. Dus Helper gaat goed. Dat zien we ook met We Are Digital in Engeland. Die helpen mensen met digitaliseren, dus dat ze sneller op het Internet komen. Omdat de kosten van de niet-digitale klant stijgen, wordt het dus nog belangrijker om alle mensen digitaal te krijgen. Dus daar zien we eigenlijk juist een groei in tijden dat het eigenlijk economisch niet zo goed gaat. Dat zagen we tevens ook tijdens Corona. Dus tijdens Corona ging onze portfolio lekker. Eigenlijk tijdens de crises, zijn sociaal ondernemers die een sociale oplossing hebben, dan komt eigenlijk hun innovatie heel goed uit de verf. Dus dan wordt de noodzaak van die innovatie heel duidelijk. Dat geldt eigenlijk voor meerdere bedrijven. Dus wij zien dat eigenlijk niet, maar wat ik wel zie, is dat de ondernemer zich daar heel druk over maken. Dus weet je, er is ook een verschil tussen of die ondernemers in de stad zitten of meer buiten de Randstad. Dus ik denk ook dat in de Randstad er veel wordt gesproken over inflatie en hyperinflatie. Daar zijn ondernemers in paniek, terwijl dat nog niet uit de cijfers blijkt. Dat ze nog best wel veel klanten binnenhalen. En daar vind ik het soms wel lastig om, ik vind het uiteindelijk in alle eerlijkheid ook lastig om advies dan te geven. Moet je dan zeggen, runway verlengen, kosten besparen, probeer het zo lang mogelijk uit te zingen, of moet je ze toch meer het vertrouwen geven van, ga rustig door, je groeit, ga niet alleen maar anticiperen op een worst case scenario. Dus daar voel ik een soort verantwoordelijkheid, dat vind ik soms ook gewoon ingewikkeld.”

Ruben: “Dat vergt even uitleg. Dus dat runway verlangen, dan ga je er vanuit, dat zijn bedrijven met een negatieve cashflow. Die dus investeerdersgeld nodig hebben. Hun runway is de aantal maanden of jaren wat ze hebben tot het geld op is en ze nieuwe investeerders moeten aanboren. En dat merk ik ook. Er zijn heel veel bedrijven die heel veel angst hebben dat het geld opdroogt, omdat de investeringen van venture capital partijen, dus durf investeerders, die zijn enorm omlaag gegaan het afgelopen half jaar of afgelopen jaar eigenlijk.”

Jamy: “Dat heb jij gehoord vanuit ondernemers?”

Ruben: "Nou je spreekt wel ondernemers die inderdaad heel bang zijn dat het geld opdroogt en ze niet nieuwe investeringen krijgen. maar dat zijn allemaal ondernemers die durfkapitaal aantrekken. Dus eigenlijk groei kopen, verlieslatend zijn en in de toekomst veel geld daar dan kunnen verdienen. Dus dat is een type ondernemer die misschien, die jij niet altijd in de boeken hebt, want jij hebt natuurlijk ook wel wat minder sterke groeiers, maar die wel al winst laten zien."

Jamy: "Ja, of in ieder geval omzet. Dus ik denk wel aan de kant van, dat zien we trouwens ook, dus echt dat seed capital, en de appitite van angels om nu allemaal risky business te gaan stappen, die verlaagd. En dat is wel eigenlijk de eerste ronde die nodig is voordat wij als venture capitalists, impact investeerders, in kunnen stappen. We willen wel wat tractie kunnen zien: proof of product, proof of market, idealiter al helemaal een uitgedokterde product market fit. Dus dat betekent dat ze echt al precies weten, wie gaat er nou voor mijn product betalen en hoeveel? En dat droogt dan een beetje op, omdat die vroege fases financiering wel een beetje blijft haperen. Maar ik moet zeggen, het is niet zo dat het een totaal drama is, dat we echt zien dat al die angels en vroege investeerders helemaal hun hand op de knip houden, dus dat valt toch nog wel goed mee."

Ruben: "In de impact wereld. Of daarbuiten?"

Jamy: "Nou ja, daarbuiten, ik denk wel dat er een aantal, zeker in die blockchain achtige, daar gaat het wel helemaal mis. Daar kennen wij ook al wat ondernemingen. Dat valt een beetje om. Maar ik moet zeggen, bij ons, ook als we SaaS solutions hebben, die een sociaal probleem oplossen, dat dat nog wel meevalt. En je hebt natuurlijk nog wel partijen die geld hebben, die een beetje losstaan van de inflatie. Zoals de interregionale financieringsmaatschappijen a la ROMS bijvoorbeeld. Die zijn toch wat minder inflatie gevoelig, denk ik. Dus dat helpt eigenlijk wel om de economie zo een beetje draaiende te houden, want zij blijven wel investeren."

Ruben: "En dat er minder geïnvesteerd wordt nu, dat is vooral omdat de rente hoger is. dat is weer een afgeleide van de inflatie, maar dan net weer een fenomeen."

Jamy: "Ik weet niet of het door die rente komt, denk jij dat het door die rente komt? Deels? Want het kan ook gewoon, kijk als mensen elkaar bang maken of echt bezorgd zijn, dan houden ze überhaupt, willen ze niet meer risico investeringen doen."

Ruben: "Ja, maar het is wel een logica natuurlijk als. Als jij een verlieslijdend bedrijf hebt, maar over 10 jaar verwacht je een miljard aan dividend. Dan is dat miljard over 10 jaar een stuk minder waard met een hoge inflatie dan nu. Anyway, we gaan het over sociaal ondernemers hebben en of die last hebben van de inflatie. Freija gaf aan dat bijvoorbeeld met consumentenproducten, dat daar weldegelijk last zit in de portefeuille. Ik had even opgezocht, de cijfers ondersteunen dat ook. Dus bijvoorbeeld vleesvervangers wordt 5 procent minder vleesvervangers afgenomen de laatste tijd. Dus ook biologische en biodynamisch voedsel is in de min en natuurwinkels schijnen het heel slecht te doen. Dus eigenlijk wat je zag is dat bij Corona dat gezondheid steeds belangrijker wordt, dus dat mensen heel veel geld staken in gezonde producten. En mensen zagen biologisch ook als gezonde producten. Maar dat nu dat de inflatie stijgt, goedkoop veel belangrijker

wordt in de supermarkt. En dat mensen op zoek gaan naar de goedkope producten. Dus ik kan mij goed voorstellen als je als impact investeerder veel consumentenproducten in je portfolio hebt, dat je dan wel voelt.”

Jamy: “Ja zeker. Ik zit ook eventjes, zit ook even te denken aan onszelf, dus aan mijn eigen gezin. Dus wij kopen ook minder biologisch, maar niet dus meer. Of nee, sorry. Wij kopen sowieso minder vleesvervangers, maar ook minder vlees. Snap je. Dus wij kopen over het algemeen gewoon minder. Ik vraag mij dan af of mensen dan minder vleesvervangers bijvoorbeeld kopen en dan meer goedkoop vlees of gewoon zeggen, nee we zijn gewoon over het algemeen veel voorzichtiger met wat we kopen. Dus we kopen echt heel gericht wat we ook op kunnen eten en we letten daar beter op. Dat is gewoon iets wat ik mij afvraag, want dat geldt bij ons wel. Dus normaal zou je misschien zeggen, oh twee voor de prijs van één. Dus dan kopen we gewoon twee keer die falafel balletjes. En nu doen we dat ook niet. Omdat we het misschien gewoon niet op krijgen, dat we daar bewuster mee omgaan. Dat is een vraag. Dus daarom ook al dat soort type berichtgeving die ik ook heb gelezen in de krant, dan denk ik, zijn we elkaar nou bang aan het maken of is het echt zodat mensen gewoon weer teruggaan naar vlees. Want dat is niet perse gezegd, of wel?”

Ruben: “Dat weet ik ook niet. Dat is een goede vraag. Ik denk ook dat, uiteindelijk gaat natuurlijk bij elk bedrijf en ook bij elk gezin. Van wat komt er binnen en wat gaat eruit? Dus aan de uitgavenkant hebben bedrijven last die een hele hoge energierekening hebben: sauna’s, zwembaden of misschien dat sociaal ondernemers net wat vaker in historische panden in de binnenstad zitten of zo. Maar daar zie je niet echt natuurlijk dat sociaal ondernemers daar aantonend over de hele linie, over allerlei domeinen het anders hebben. Het gaat per sector moet je kijken wie het lastig heeft en niet. En aan de inkomstenkant, met consumentenproducten snap ik dat, maar met producten, bijvoorbeeld, ook veel sociale ondernemers die de overheid bedienen, die geeft nog wel flink uit. Dus volgens mij is het een wat vertroebelt beeld.”

Jamy: “Ja dat denk ik ook. Weet je wat je wel zou moeten gaan zien, in zo’n jaar van inflatie of waar iedereen het heeft over inflatie. Dan vaak zou dat ook moeten lijden dat het een goed vintage jaar wordt voor investeerders, omdat de waarderingen ook een stuk omlaag gaan. Dus daar zitten wij nog een beetje op te wachten. Dat zien we niet, zal ik maar zeggen overduidelijk, maar er zijn nu wel de eerste hints dat die waarderingen een beetje naar beneden gaan. We hebben echt een tijd gehad, dat was nog tot verleden jaar, laat maar zeggen tot voor de zomer, dat de waarderingen van een echte startup, die nog nauwelijks is begonnen en nog nauwelijks echt tractie laat zien, al zo hoog waren dat wij appitite verloren om daar nog in te stappen. Dat was jammer. Maar goed, dat loopt nu wel een beetje terug. En dat is denk ik ook wel goed. Dat stabiliseert ook een beetje de markt. En als we dan terugkomen op wat we net zeiden, misschien is dat ook wel, angels zitten heel vaak misschien in de eerste instantie convertible loon, ondernemers iets bescheidener zijn met wat ze hun eigen bedrijven waard vinden, omdat ze ook wat meer onzekerheid, omdat er misschien meer inflatie komt. Dat is denk ik, dat is een beetje een counterbalance voor angel investors en investeerders ten opzichte van het risico op zich, want de waardering wordt ook wat lager.”

Ruben: "Ja, precies. Dus voor consumenten gaat de prijs omhoog, maar voor investeerders, impact investeerders gaan de prijzen eigenlijk omlaag, omdat de waarderingen wat omlaag gaan, omdat er wat paniek in de markt is of negatieve sfeer in de markt is."

Jamy: "Nou ja, negatieve sfeer in de markt. Ik denk ook dat ondernemers wat realistischer worden. Als het allemaal steeds heel goed gaat, dan is de sky de limit. Ik denk dat mensen die starten en ze hebben een goed idee, die krijgen in eerste instantie best wel heel veel complimenten, je kan zeggen, veren in hun achterste gedrukt, want ze hebben iets heel moois uitgevonden. Dat is heel gaaf. Goh dat zou je wel op kunnen schalen. Wat een fantastisch iets. En daar krijg je veel zelfvertrouwen van. En de markt werkt mee, dus bedrijf is al wel 10 miljoen waard. Maar dat blijkt niet nog uit de cijfers. Maar die vibe krijgt het wel een beetje. Nu krijg je dat die ondernemers iets bescheidener en iets voorzichtiger. Maar ik denk dat de feedback ook iets anders is op het begin van, wat een gaaf iets, ik hoop ook dat jullie het redden. Want er komt inflatie aan. Daar worden ondernemers ook wel wat bescheidener van. En dat maakt het ook weer mogelijk om een beetje op een normale manier in te stappen als je wilt investeren. Want dan kan je ook, kan je wat meer weer meedoen, want anders is het dat je gewoon zulke grote diepe zakken moet hebben om zo'n startup te gaan financieren. Daar verlies je ook een beetje appetite van. En dat zie ik wel een beetje normaliseren weer."

Ruben: "Oké, dus dat is voor jullie in ieder geval een goed vooruitzicht."

Jamy: "Ja, dat denk ik wel. Maar eerlijk gezegd, ik denk het ook voor de ondernemers, want ik denk uiteindelijk wel dat, het zijn nooit de impact investeerders over het algemeen die hele diepe zakken hebben, maar dat waren de commercieel investeerders, maar die laten ook denk ik eerder een bedrijf gewoon vallen als het niet goed gaat, dus ik denk ook dat het voor ondernemers veel fijner is om met impact investeerders te werken, want die heeft ook wat meer geduld. En die is vaak ook wat meer genegen om te helpen, maar als de waarderingen te hoog zijn, dan vallen de impact investeerders als eerste uit. Die zeggen dan van, ja dat gaan wij gewoon niet doen. We gaan hier niet 1 miljoen in stoppen tegen 7 procent van de aandelen. Dat doen we gewoon niet. Dus dan heb je andere type investeerders aan boord die wel die diepe zakken hebben maar die misschien ook wel zeggen als het niet goed gaat, oké de mazzel."

Ruben: "Dus dat is interessant. Dus eigenlijk zeg je dat die stelling dat het funest is voor sociaal ondernemers, daar geloof je niet zo in. Maar je zegt dat het relatief goed is voor impact investeerders, omdat zij makkelijker in kunnen stappen in deals. En zeker, noem jij dus de ROMs dus de Regionale Ontwikkelingsmaatschappijen, zie je dat als een impact investeerder?"

Jamy: "Niet per se, maar zeker niet als een commercieel investeerder, want zij volgen de markt en wij werken bijvoorbeeld veel met ze samen. Als wij met een ROM samenwerken zijn wij in de lead. Dus wij bepalen de terms. Die zijn toch denk ik wel schappelijker voor de ondernemer denk ik sowieso, als puur commercieel investeerder. Wij letten natuurlijk ook echt op de impact die moet worden gemaakt. En de ROM gaat daar met ons mee. Dan heb je sowieso al twee investeerders aan boord in plaats van één. Dat kan ook beter zijn voor een ondernemer, want anders dan is het jij en die ene investeerder. Die geef je

dan ook heel veel macht. En ik denk dat het gewoon goed is om een verhouding te hebben binnen je investeerdersteam van de ondernemer die aandelen heeft. En dan het liefst nog twee andere partijen. In ieder geval niet nog een andere partij, want dat is vaak, dan geef je teveel macht ook uit handen denk ik.”

Ruben: “Nee, precies. En die kunnen er wel van profiteren dat de markt wel iets tegen zit, zeker die ROM omdat ie anticyclisch kan opereren. Die hoeft geen geld aan te trekken van buitenlandse partijen en zo. Oké.”

Jamy: “Dit is wel mijn, gewoon wat ik zie he. Dus ja, ik zeg maar wat mijn observaties een beetje zijn. Het is niet per se met cijfers onderbouwt. Dus dit is mijn disclaimer voor de luisteraars en zeker voor de kijkers.”

Ruben: “Nee, maar daar bellen we je ook voor. Toevallig gisteravond werden er wel cijfers onderzocht over impact investing. Er zijn eigenlijk heel weinig cijfers over, maar iemand had gewoon in Excel even een model gebouwd waar je wel een indruk krijgt. Dan zie je wel dat het enorm in de lift zit in een tijd dat de VC investeringen. De algemene venture capital investeringen enorm aan het dalen zijn. Want volgens mij wordt 2022, zeker in de tweede helft van het jaar wel echt een slecht jaar, zeker als het gaat om venture capital investeringen in Nederland. dus volgens mij onderbouwen die cijfers jouw idee dat impact investing wel echt in een lift zit, ten opzichte van andere investeerders.”

Jamy: “Ja en de meeste impact investeerders zijn close-end funds. Dus dat betekent dat ze het geld al hebben en kunnen uitgeven. Bij Evergreen is dat ook anders.”

Ruben: “Kan je dat even uitleggen tussen closed-end en Evergreen?”

Jamy: “Dan heb je met een evergreen, heb je geen einde aan je fonds. Je kan daar gewoon in investeren en je kan eruit wanneer je wilt. Je kan er ook heel lang in blijven zitten. Maar het is ook wat minder duidelijk hoeveel geld er in het evergreen fonds zit, want mensen kunnen het er ook makkelijker uithalen. Het geld wat de investeerders erin stoppen blijft meer liquide. Dus mensen kunnen het er ten alle tijden instoppen, maar ook ten alle tijden uithalen. En dat betekent dat je als investeerder voorzichtiger moet zijn, want straks ga je een verplichting aan die je niet kan waarmaken. En bij een closed-end fund zeggen mensen op voorhand, zoveel ga ik daarin stoppen. En dat heeft ook gewoon een einddatum. Dan moeten wij alles weer uitkeren. Dus wij weten wat we hebben en dat kunnen we uitgeven. En zo lang er leuke, mooie bedrijven blijven, kunnen we daar gewoon in investeren.”

Ruben: “Kijk, helder.”

Jamy: “Ik denk dat de meest impact fondsen closed-end zijn. Dus die hebben al hun commitments en die lopen dan door.”

Ruben: “Hebben sociale ondernemers eigenlijk ook voordelen bij deze inflatie ten opzichte van reguliere bedrijven?”

Jamy: "Ik zat nog even te denken aan dat fragment wat je liet horen. Want dat klopt natuurlijk met dat hele verhaal, ook weer over het true pricing inderdaad. Maar ik denk wel dat sociaal ondernemers meer potjes hebben waar ze aanspraak op kunnen maken. Juist ook met Stichting DOEN helpt natuurlijk hun ondernemers in hun portfolio. Daar hebben ze ook wel de middelen voor. Dat geldt overigens ook voor veel stichtingen en fondsen die ook al op dat snijvlak zitten van filantropie en venture philanthropy en ook nog wel sociale ondernemers kunnen steunen. Maar volgens mij heeft gewoond de Turkse bakker in de straat en de wasserette, die hebben het volgens mij echt heel moeilijk. Daar is gewoonlijks voor, daar is nul financiering om. Die vallen om en dan is het voorbij. En ik denk dat juist die ondernemers ook nog een mooi verhaal hebben over hoe ze bepaalde impact maken, dat daar toch veel meer steun voor te vinden is. en dat het ook mensen zijn die creatiever zijn om die steun te kunnen vinden. Dus het is er meer. Ik denk niet zomaar van, die ondernemers zijn extra zielig. ik denk eigenlijk dat, ik heb eigenlijk echt te doen met de brood ondernemers. Dus degene die niet ondernemer zijn met een flashy product, maar gewoon proberen hun lokale nagelstudio, kapsalon en bakkerij gewoon open te houden. Ik denk dat die echt het zwaarst hebben. Maar ik zal zo wel even vragen als ik straks door de winkelstraat loop hier. Dan zal ik even vragen bij de meneer van de wasserette hoe het met hem gaat. Maar dat is een beetje wat ik zie, laat ik het zo zeggen."

Ruben: "Ja, nee. Dat snap ik. En hetzelfde als ook in de coronatijd. Dat je bijvoorbeeld commerciële muziek voorstellingen, die hadden het heel lastig, want alle kaartjes inkomsten waren er niet meer. Maar de gesubsidieerden, daar waren allerlei regelingen voor. Of die subsidies bleven wel stromen. En dat effect zou je ook kunnen hebben in markt van sociaal ondernemers."

Jamy: "Ja en ik zit natuurlijk, ik ben een investeerder in sociaal ondernemers, dus ik wil hier ook niet gaan zitten zeggen dat het voor hun makkelijker is, maar om nou te zeggen dat het extra moeilijk is, dat weet ik gewoon niet. Ik heb wel met alle ondernemers te doen, want het is natuurlijk gewoon niet leuk om te ondernemen in tijden van inflatie."

Ruben: "Oké, dus is inflatie funest voor sociaal ondernemers? Wat jou betreft niet. Het biedt juist heel veel kansen voor impact investeerders als ik dat zo hoor."

Jamy: "Ja, impact investeerders hadden vanuit beginsel natuurlijk al een 'patient-mindset,' dus ook onze aandeelhouders, dus niet alleen wij als fonds, maar ook de aandeelhouders die dar achter zitten weten, we moeten impact maken, maar het geld komt niet morgen terug. Dus dat hadden ze toch al bedacht, met of zonder inflatie."

Ruben: "Kijk. Helder. We gaan door naar de Uitsmijter."

Ruben: "We sluiten altijd af zoals je weet met 'De Uitsmijter'. Wat gooit Money Matters het liefst vandaag nog het raam uit?"

Jamy: "Ja, ik weet het. Heb jij een goeie Ruben?"

Ruben: "Ja, je hoort nu heel veel over er energie-armoede of transport-armoede of allerlei verschillende armoedes. En ik heb daar moeite mee om dat per onderwerp te

benoemen. Je hebt armoede, dat betekent dat er te weinig binnenkomt om de uitgaven te kunnen doen die je moet doen. Maar ik zou dat niet op elk thema plakken, zeker niet op energie, want dan is het een volgende is dus dat je energie goedkoper moet maken, om dat betaalbaar te maken. Maar dat is volgens mij niet hoe het werkt. Je moet mensen genoeg geld geven zodat ze hun uitgaves kunnen doen, maar dat ze ook alternatieven kunnen bedenken. Dus ik zou armoede armoede noemen, maar niet op elk verschillend onderwerp dat woord plakken.”

Jamy: “Nee, dat is heel irritant. Dat ben ik met je eens. Het begon met creatieve armoede. Maar ja.”

Ruben: “Ik wil wel een uitzondering maken voor bloedarmoede, want dat kan je niet op een andere manier aanvullen.”

Jamy: “Nee, dat kan niet. Bloedarmoede is een ander verhaal. Dus ik ben het er mee eens. Laten we die gefragmenteerde armoedes de deur uit smijten.”

Ruben: “En wat gaat nog meer het raam uit?”

Jamy: “Ik vind eigenlijk wel dat al die race-to-the-bottom kleding websites of winkels, zoals bijvoorbeeld SHEIN, ik weet niet hoe je dat moet zeggen, maar ik krijg daar gewoon altijd in allerlei veeds die ik heb heel veel reclame over. Dat je dan gewoon ziet hoe goedkoop die spullen zijn, nog inclusief de verzendkosten erbij. Dan denk ik echt, dat kan toch echt niet meer in deze tijd? Daar moet je toch gewoon met z’n alle mee stoppen? Dus dat vind ik er eentje, we moeten gewoon, als we het hebben over true-pricing, dan mag dat wel als eerste aangepakt worden.”

Ruben: “Fast fashion mag de deur uit.”

Jamy: “Maar het is ultra-fast fashion noemen ze het nu zelf hè. Dat moet de deur uit.”

Ruben: “Toch weten ze je nou nog steeds met die targeted marketing wel nog te vinden.”

Jamy: “Ja, dat is echt ongelofelijk. Als ik ook een keer op een kinderfiets google, dan krijg ik gewoon maanden lang kinderfietsen. Ik heb daar een keer ook een artikel over gelezen, dat dat gewoon totaal contraproductief werkt. Ik zet ook altijd al mijn cookies kijkt, omdat ik dat zo vervelend vind, dat als je een keer kijkt voor een neefje die een fiets misschien wil, dat ik daar dan mee wordt doodgegooid. En mijn kinderen zitten ook op mijn laptop af en toe, dus ja. Ik krijg sowieso de meest onzinnige dingen mijn veed.”

Ruben: “Snap ik. Jamy, dankjewel. Wat fijn om weer even bij te praten en om het te hebben over inflatie en wat het voor bedrijven in jouw portefeuille betekent.”

Jamy: “Ja, ik vond het ook leuk.”

Ruben: “Daarmee zijn we aan het eind gekomen van deze aflevering. Dank Jamy. Dank ook aan CIRCL, ABN AMRO en Oranje Fonds voor het mede mogelijk maken van deze podcast. Productie: Daniel van de Poppe van Spraakmaker Media. Redactie: Daphne

Spreker en Nina Berculo. En wil je niks missen? Abonneer je dan op Money Matters via iTunes, Spotify of een andere favoriete podcast apps. Of neem een kijkje op onze website www.socfin.nl. Tot de volgende keer!"