



Micha van Hoorn, mede-oprichter Future-Proof Convention

Impact Trade Fair zet koers naar Europese toppositie

Vernieuwde beurs slaat brug
tussen ideële en commerciële
doelen

Door: Judith Seebus

26-03-2026

(Social) impact Profiel

Op 9 en 10 april vindt de eerste editie plaats van de Future-Proof Convention in de Jaarbeurs in Utrecht, met als doel uit te groeien tot hét platform waar Europese bedrijven samenwerken aan een weerbare en toekomstbestendige economie.

Op een beursvloer van 7.000 vierkante meter verwacht de organisatie in twee dagen tijd circa 5.000 bezoekers te mogen verwelkomen. De overkoepelende ambitie is om een brug te slaan tussen ideële en commerciële doelen, vertelt medeoprichter Micha van Hoorn. ‘Duurzaamheid moet niet iets extra’s zijn – het is gewoon goed zakendoen.’

Belangrijke onderdelen van de beurs zijn de *Impact Trade Fair*, een uitgebreide beursvloer met exposanten die laten zien hoe organisaties hun bedrijfsvoering toekomstbestendig kunnen maken en een investeerdersplein waar financiers en groeibedrijven elkaar ontmoeten. Daarnaast vindt een *Leaders Summit* plaats, waar beslissers van Nederlandse topbedrijven zoals Triodos en Van Lanschot Kempen én internationale namen als Ben Cohen van ijsmaker Ben & Jerry's en professor Colin Mayer van Oxford University met elkaar én het publiek in discussie gaan.

Nieuwe koers

Met de *Future-Proof Convention* kiest de organisatie voor een nieuwe koers. Na twee edities van de *Impact Fair*, die in totaal meer dan 12.000 bezoekers en 350 exposanten trokken, wordt het concept dit jaar opgesplitst in twee afzonderlijke evenementen. De beurs in april richt zich volledig op de zakelijke markt, terwijl de *Impact Winter Fair* in november 2027 speciaal voor consumenten wordt georganiseerd. De oude driedaagse opzet voor zowel zakelijke bezoekers als consumenten bleek verwarrend, stelt Van Hoorn. 'De doelgroepen herkenden zichzelf niet in het programma.'

In tegenstelling tot de voormalige *Impact Fair* vertrekt het nieuwe evenement niet primair vanuit idealisme, maar vanuit de realiteit dat bedrijven veerkrachtig moeten zijn in een wereld van geopolitieke spanningen, digitale dreigingen en economische onzekerheid. De *Future-Proof Convention* draait om zakendoen met impact: transacties én transitie, sales én samenwerking.

Impact en economie zijn geen tegenpolen, maar voorwaarden voor elkaar, legt Van Hoorn uit: 'Onder het motto *Future-Proof Europe Together* willen wij het Europese bedrijfsleven stimuleren om verantwoordelijkheid te nemen waar de politiek tekortschiet.' Die visie wordt onderstreept door een vaak geciteerde ondernemerswijsheid, voegt hij toe: 'Je moet een goed bedrijf hebben vóór je goed kunt doen.'

Meerjarig groeiplan

Van Hoorn en mede-initiatiefnemer Vincent van Velzen zien de beurs niet als een eenmalig evenement, maar als een meerjarig groeiplan. De *Future-Proof Convention* richt zich op het veranderen van een *mindset*, van de boardroom tot de werkvloer en van professional tot consument. In een tijd van polarisatie, *greenwashing* en wantrouwen wil het evenement juist verbinden. Toekomstbestendigheid gaat volgens Van Hoorn verder dan alleen klimaat en milieu. Het gaat ook over goed werkgeverschap, gelijke kansen, technologische veranderingen en de sociale impact van AI en automatisering. 'Transities kosten tijd, maar richting en ambitie moeten helder zijn. Hoe blijven organisaties relevant én verantwoordelijk in een wereld die razendsnel verandert?'

Van Hoorn heeft ruim twintig jaar ervaring in impactmarketing en runt al veertien jaar een bureau in Amsterdam. Hij werkte aan grote maatschappelijke en commerciële projecten zoals 3FM *Serious Request* en de wandelapp *Ommetje* met Erik Scherder en de Hersenstichting, vooral voor NGO's, sociale ondernemingen en *corporates*. Daar zag hij hoe lastig bedrijven maatschappelijke betrokkenheid geloofwaardig kunnen uitdragen. Hoewel hij ervan overtuigd is dat de meeste organisaties intrinsiek goed willen doen, liggen woorden als duurzaamheid, impact en diversiteit vaak gevoelig.

De term *future-proofing* blijkt effectiever: dezelfde ambitie, maar anders verwoord. Sinds de introductie van de *Future-Proof Convention* groeide de belangstelling dan ook sterk. Volgens Van Hoorn draait het om semantiek: 'Het is een beetje als oude wijn in nieuwe zakken ... sinds we de benaming *Future-Proof Convention* gebruiken, wil het bedrijfsleven wél meedoen.'

FUTURE
PROOF
CONVENTION



FUTURE-PROOF YOUR ORGANIZATION



Marit van Egmond
Former CEO
Albert Heijn

Niki Schilling
Executive
Director Impact

Jan Peter Balkenende
Former Prime
Minister NL

Ben Cohen
Founder
Ben & Jerry's

Kika Buhrmann
CEO
Marie-Stella-Maris

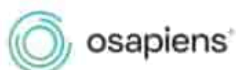
Charlie MacGregor
Founder
The Social Hub

Sergio Panday
CEO
Roots Inspire

April 9th + 10th, 2026 | Jaarbeurs Utrecht

Join the Convention. Buy tickets at
futureproofconvention.com

The Future-Proof Convention is home to the Leaders Summit & Impact Trade Fair



Bedrijven moeten verantwoordelijkheid nemen waar politiek tekort schiet

De organisatie bevindt zich momenteel in een overgangsfase, maar de internationale ambitie is al duidelijk: het evenement moet uitgroeien tot de toonaangevende *Future-Proof Convention* van Europa, met Utrecht als centrale ontmoetingsplek. Dit jaar blijft de voertaal Nederlands, maar stapsgewijs wordt overgeschakeld naar het Engels, voorspelt Van Hoorn. *‘In 2028 moet het programma volledig Engelstalig zijn.* Die koers is nu al zichtbaar in de communicatie, met zowel Engelstalige als Nederlandstalige uitingen. Wij willen *van Utrecht dé Capital of Futureproofing van Europa maken.*’

Abonneer je op ons gratis Journaal:

E-mail adres

Schrijf je in