



Eloise van Oranje

'Van inspiratie naar actie'

Impact Trade Fair groeit uit tot beweging

Door: Floris Kappelle

16-04-2026

(Social) impact Verslag

In de Jaarbeurs in Utrecht is direct duidelijk: de derde editie van de Impact Trade Fair, onderdeel van de Future Proof Convention, presenteert zich als een volwassen platform waar toekomstbestendig ondernemen centraal staat. Met zo'n 3500 deelnemers, 200 exposanten, 500 leiders en meer dan 150 sprekers is het evenement uitgegroeid tot het grootste impact-evenement van Nederland.

Volgens initiatiefnemer Micha van Hoorn zit de echte waarde echter niet in de cijfers. 'Ons doel is simpel', zegt hij. 'Goed doen en goed zaken doen beter in elkaar over laten lopen.'

Wat begon als de Impact Fair is inmiddels bewust omgedoopt tot de Impact Trade Fair. Die naamswijziging markeert een verschuiving van inspiratie naar actie. ‘Een goed verhaal is mooi’, aldus Van Hoorn, ‘maar uiteindelijk moet er actie komen. Mensen moeten hier zaken doen.’ Die nadruk op handel en samenwerking is overal zichtbaar. Hier geen abstracte toekomstvisies, maar concrete oplossingen: van circulaire producten en fair trade consumptiegoederen tot duurzame IT en impact-investeringen.

De fysieke marktplaats vormt het kloppend hart van het evenement. Grote corporates staan zij aan zij met jonge vernieuwers. Die combinatie maakt de belofte van toekomstbestendig ondernemen tastbaar. Bezoekers komen uiteraard om ideeën op te doen, maar vooral ook om partners te vinden en deals te sluiten. Volgens Van Hoorn zit daar precies de kracht van het concept. ‘Hier wordt denken direct gekoppeld aan doen.’

Kruisbestuiving

Soms leidt dat al binnen een dag tot concrete resultaten. Van Hoorn vertelt glimlachend over een recent voorbeeld. ‘De Betekenis Sprekers Club werd hier gelanceerd en kwam al snel in contact met de stand van de Social Impact Factory. Die zeiden: wij zoeken nog een clubhuis. Nou, dat hebben ze nu gevonden. Dat is precies de magie die we willen.’ Die ontmoetingen ontstaan niet toevallig. De Impact Trade Fair is nadrukkelijk ingericht om werelden samen te brengen die elkaar normaal gesproken niet vanzelfsprekend vinden. Van Hoorn noemt het ‘bubbel-overschrijdende kruisbestuiving’. ‘Bij ons lopen mensen uit het internationale paviljoen tijdens de lunch zomaar tegen mensen uit “sociaal inkopen” aan. Daar ontstaan nieuwe ideeën. Dat is onze rol.’

Het inhoudelijke programma ondersteunt die dynamiek. Verspreid over tien podia komen thema’s voorbij als kunstmatige intelligentie, supply chains, veerkracht en de arbeidsmarkt van de toekomst. Van CEO-panels tot masterclasses en interactieve sessies: bezoekers worden niet alleen geïnformeerd, maar ook uitgedaagd om actief mee te denken. Nieuw zijn de zogeheten Exchanges, waarin deelnemers samen actuele vraagstukken analyseren en vertalen naar concrete stappen.



Struct

Inspir

Cohen

'Dan d

presen

mode

onder

Toch i

omzetten van ideeën naar structurele verandering. Daarbij speelt ook de vraag wie er wel en niet thuishoort op het podium. Van Hoorn kiest voor een inclusieve benadering, maar stelt duidelijke grenzen. 'Als een bedrijf zegt: wij willen veranderen, dan zijn ze welkom. Maar als je corebusiness per definitie schadelijk is, denk aan de olie-industrie, dan wordt het lastig.'

t Ben

orn.

n

a dat

n het

Tijdgeest

Die nuance is kenmerkend voor zijn visie op systeemverandering. Grote corporates zijn volgens hem niet per definitie onderdeel van het probleem. 'Ik denk dat Albert Heijn nog een wereld te winnen heeft,' zegt hij. 'Maar stel je voor dat alle supermarkten deden wat zij nu al doen. Dan ging het een stuk sneller. Dus eerst complimenteren, daarna verbeteren.' Het is een pragmatische benadering die ruimte laat voor vooruitgang zonder de lat te verlagen.

Volgens Van Hoorn zit de grootste uitdaging echter niet in kennis of kapitaal, maar in het verhaal dat we vertellen over impact. 'De grootste vijand van impact is de tijdgeest', stelt hij. Activisme wordt weggezet als iets negatiefs. Dan moet je dus zorgen dat jouw verhaal mensen raakt en dat ze erbij willen horen. Het gaat om het creëren van een beweging waarin mensen zich herkennen en waaraan ze willen bijdragen.'

Leiderschap

Daarbij speelt een gevoel van collectiviteit een cruciale rol. Van Hoorn verwijst naar de bekende metafoor van de eerste danser. Eén persoon op de dansvloer maakt nog geen beweging, maar zodra anderen volgen, ontstaat er iets groters. ‘Wij willen laten zien: je bent niet alleen. Blijf het goede doen, en blijf proberen er geld mee te verdienen.’ Die boodschap lijkt aan te slaan. Met duizenden bezoekers en een groeiend netwerk van betrokken organisaties groeit de Impact Trade Fair uit tot meer dan een evenement. Het wordt een platform dat ook buiten de beursvloer effect wil hebben. Eerdere edities lieten zien dat enthousiasme soms strandt in de boardroom. Daarom zet de organisatie nu nadrukkelijk in op leiderschap. ‘We richten ons ook op top-down’, zegt Van Hoorn. ‘CEO’s die hier besluiten nemen en dat mandaat meenemen naar hun organisatie.’

Future-proof

De ambitie is helder: toekomstbestendig ondernemen moet de norm worden. Toch verwacht Van Hoorn niet dat de beurs zichzelf daarmee overbodig maakt. Integendeel. ‘Zelfs dan wil je elkaar blijven ontmoeten en inspireren’, zegt hij. Want hoewel de inhoud verandert, blijft de behoefte aan verbinding bestaan.

In de gangen van de Jaarbeurs wordt die verbinding zichtbaar. Mensen uit verschillende sectoren raken met elkaar in gesprek. Ideeën worden uitgewisseld, plannen gesmeed en samenwerkingen verkend. Future-proof ondernemen blijkt hier geen abstract begrip, maar een praktische opgave. En vooral een gezamenlijke. Of, zoals Van Hoorn het kernachtig samenvat: ‘A future-proof business is a business for good.’ Een eenvoudige zin die de essentie raakt van wat hier gebeurt. Niet langer kiezen tussen winst en impact, maar zoeken naar manieren waarop die twee elkaar versterken. In Utrecht krijgt die gedachte steeds meer vorm.

Abonneer je op ons gratis Journaal:

E-mail adres

Schrijf je in