

# MARJAN MINNESMA: VROUW MET EEN **MISSIE**

Door Ed Pielkenrood

Voor het openen van het nieuwe Molenmuseum maakte Marjan Minnesma een uitzondering. "Ik kan niet ingaan op alle verzoeken die ik krijg. Maar toen ik werd gebeld door meester Drost voor een club in de Zaanstreek waarvan mijn moeder al lid is sinds mijn kindertijd, kon ik natuurlijk geen nee zeggen. Jullie voorzitter, André Drost, was namelijk hoofd van de school die ik als kind heb bezocht en in de zesde zat ik bij hem in de klas."



Marjan Minnesma (54), directeur van de Stichting Urgenda, is Zaanse van geboorte. Met haar man en twee van de drie kinderen woont zij nu in de Beemster. "De oudste is het huis al uit", verklaart zij. Voor haar werk komt Minnesma bijna dagelijks in de Zaanstreek. Het kantoor van Urgenda is namelijk gevestigd in gebouw De Juliana aan de Nicolaes Maesstraat in Zaandam. Urgenda is de organisatie voor innovatie en duurzaamheid die Nederland samen met bedrijven en overheden, maatschappelijke organisaties en particulieren sneller duurzaam wil maken.

**FANTASTISCH MUSEUM**  
De Zaanstreek, en zeker de Zaanse Schans, is voor Marjan Minnesma bekend terrein.

“Als kind kwam ik vaak in de molen zonder wiken. Daar woonde toen de familie Stuurman, vrienden van mijn ouders. Het rook er altijd naar hout en aan een zware balk hing een schommel. Dat weet ik nog goed want wie had nou binnen een schommel? Later fietste ik

## *De oude molens zijn eigenlijk weer helemaal hip*

regelmatig over het fietspad langs de Kalverringdijk. Leuk om voor de opening van het museum weer eens in deze omgeving te zijn. De eigenaar van De Juliana, Gerard Wijma, heeft eerst in het museum pand gewoond. Hij had mij al enthousiast verteld over het schitterende uitzicht op de molens. Het museum is trouwens fantastisch geworden. Van tevoren had ik al een rondleiding gekregen van conservator Henk Heijnen en daarmee heel veel bijgeleerd over molens en de geschiedenis van de Zaanstreek. De oude molens zijn eigenlijk weer helemaal hip: houten fabrieken die energieneutraal produceren. In hout is veel CO2 vastgelegd en als bouw materiaal is het heel goed voor het milieu.”

### **NIET GESTREST OF DEPRESSIEF**

Marjan Minnesma heeft drie universitaire studies afgerond: bedrijfskunde, recht en filosofie. Met die bagage had ze een geweldige loopbaan kunnen hebben in het bedrijfsleven, maar zij heeft ervoor gekozen om met Urgenda te werken aan een circulaire economie die draait op duurzame energie en groene grondstoffen. Haar organisatie werkt vanuit een groot gevoel voor urgentie

omdat grondstoffen schaarser worden en het klimaat veel te snel verandert. “Ja als ik gedreven was geweest door geld verdienen, had ik het anders gedaan. Maar ik zie mijzelf niet als idealist. Ik ben een realist en mij bewust van de grootte van het probleem. Hoewel er een gigantische uitdaging ligt en daarvan nog heel veel mensen overtuigd moet worden, vind ik veel voldoening in dit werk. Ook omdat we zelf met initiatieven en projecten komen waarmee we markten veranderen of openbreken. Allemaal in de hoop en verwachting dat anderen volgen. Ondanks dat bij het verstrijken van de tijd de energietransitie steeds urgenter wordt, ben ik niet gestrest en niet depressief. Ik doe wat in mijn vermogen ligt maar zorg ook voor mijn ontspanning. Ik speel bijvoorbeeld hobo in een orkest en rommel graag in de tuin. Prima manieren om mijn hoofd leeg te maken.”

### **BEHALVE VOOR VLIEGTUIGEN**

Industriemolens zijn al eeuwenlang fabrieken die energieneutraal produceren. Maar hun productie dekt de kosten van het onderhoud niet meer. De resterende industriemolens staan er nog dankzij de belangstelling van bezoekers, vooral uit het buitenland. En juist die blijven momenteel weg door de coronacrisis. Wat kan de vereniging van Urgenda leren over het vinden van nieuwe doelgroepen? “Als het gaat om reizen is er bijna voor alles een oplossing behalve voor het vliegen”, zegt Minnesma. Bezoekers uit Europa kunnen met elektrische auto's komen, met het openbaar vervoer of met deelauto's. Alleen voor vliegen vanuit verre landen is die oplossing er niet, want grootschalig gebruik van biobrandstof is een schijnoplossing. Als je dus afhankelijk



*Geen idealist maar een realist, bewust van de grootte van het probleem*

bent van buitenlandse bezoekers moet je nadenken hoe je specifiek bezoekers uit Europa kunt bereiken. Nog beter is het om je te richten op de Nederlandse markt. Heel veel Nederlanders zullen in de komende jaren hun vakantie doorbrengen in eigen land. Hoe leuk is dan de Zaanse Schans? In je marketing moet je dan wel laten zien wat er in de molens en het Molenmuseum is te beleven.”

### **STAP VOORUIT IN ONDERNEMERSCHAP**

“Dus wat je van ons kunt leren is ervoor gaan als je weet wat en wie je wilt bereiken. Niet wachten tot alles, ook financieel, tot in de puntjes is geregeld, want dan ben je vaak al aan de late kant. De Zaanse Molen biedt een aantrekkelijk product en geeft een prachtig voorbeeld met wind en hout. Geloof erin, ga ervoor en start je campagne, ook als nog niet iedereen

## *Geloof erin en ga ervoor!*

erachter staat. De kost gaat altijd voor de baat uit, maar vaak blijkt er veel meer te kunnen dan je aanvankelijk denkt. Zo werken wij ook. Er is mij bij plannen voor een nieuw project vaak gevraagd: wie gaat dat betalen? Ik zeg dan: ik. En altijd raken gaandeweg andere partijen enthousiast en komt het financieel in orde. Dat is wel een ondernemende houding, maar ik heb het idee dat De Zaanse Molen met het Molenmuseum ook een stap vooruit heeft gezet in het ondernemerschap.”