

Marjet van Zuijlen, directeur corporate strategy and public affairs

“Onze maatschappelijke oriëntatie moet worden versterkt”



Ze begon in 1994 als ‘veelbelovend jong Tweede Kamerlid’ voor de PvdA-fractie, werd een paar jaar later zelfs getipt voor een ministerspost. Maar Marjet van Zuijlen (38) had andere plannen. Ze keerde terug naar het bedrijfsleven en is op dit moment partner en directeur corporate strategy and public affairs bij Deloitte. Een gesprek over heden, verleden én toekomst.

Je groeide op in Lonneker, studeerde in Utrecht en Amsterdam. Uit wat voor nest kom je?
“Een D’66/PvdA-milieu. Dat gaat al wat langer terug. In mijn familie waren verschillende mensen actief in de politiek, bijvoorbeeld in de SDAP, de voorloper van de Partij van de Arbeid. Ik ben een achternicht van Hilda Verwey-Jonker, de eerste vrouw in de Eerste Kamer en in de SER. Mijn ouders zaten overigens allebei in het onderwijs. Ik heb een jongere broer en een jongere zus. Mijn broer werkt bij het ministerie van Binnenlandse Zaken en mijn zusje is kunstenares.”

Wat waren je plannen toen je was afgestudeerd?
“Ik streefde, eigenlijk mijn gehele studietijd, een wetenschappelijke carrière na. Ik wilde promoveren, had al een promotieplaats. Het

ging me echter tegenstaan dat je op de universiteit zo ver van de wereld af staat. Je zit de hele dag op het archief, met je neus in de boeken. Ik kwam toen terecht bij het opleidingsinstituut van de PvdA, daar kende ik een paar mensen. En na een jaar stapte ik over naar KPN in Groningen, waar ik als recruiter aan de slag ging. Een bewuste keuze.”

Op je 26ste werd je gevraagd voor de PvdA-fractie. Had je toen al genoeg van het bedrijfsleven?

“Nee, absoluut niet. Het afscheid bij KPN was dan ook moeilijk. Ik had het daar prima naar mijn zin. KPN had een fantastisch management development-programma. Ik had mezelf voorgenomen er zo’n zes tot acht jaar te blijven, in verschillende functies, zodat ik mezelf breed

kon ontwikkelen. Toen het aanbod van de PvdA kwam, heb ik lang getwijfeld. Uiteindelijk heeft Wim Dik me ervan overtuigd dat ik deze kans met beide handen moest grijpen. Het is bijzonder dat je op je 26ste wordt gevraagd om in de Tweede Kamer te komen, zei hij. En dat was het natuurlijk. Het was achteraf ook de juiste keuze. Ik kon in de politiek uiteindelijk mijn maatschappelijke engagement beter kwijt dan in het bedrijfsleven.”

Wat vond je van alle publiciteit rondom jouw persoon?

“In de begintijd viel het allemaal wel mee. Ik kwam tegelijk met Sharon Dijksma in de kamer en zij was nog jonger dan ik. Op het moment dat ik onderwerpen ging behandelen die wat dichterbij de maatschappij stonden, zoals het mediabeleid

en de winkeltijdenwet, kwam ik steeds meer in de publiciteit. Vanaf een bepaald moment ging die beeldvorming mijn eigenlijke werk overheersen. Kwam ik bijvoorbeeld op de site van Binnenhof Babes, werd ik in *Story* omschreven als ‘de sexbom van het binnenhof’. Dat vond ik vervelend. Aan de andere kant hoorde het er destijds een beetje bij. We waren tenslotte de enige jonkies. Die stigmatisering zou nu niet meer gebeuren.”

Je publiceert veel; in 1997 je eerste boek ‘Doodgewoon Digitaal, over nieuwe media en politiek’ gevolgd in 2000 door ‘Retour Nijmegen-Den Haag, dagboek van een politica’ wat voor veel opschudding binnen je partij zorgde. Heeft dat meegespeeld in je beslissing om de politiek te verlaten?

“Nee. De politiek is een tijdelijke roeping, dat stond voor mij vanaf het begin vast. Ik wilde pertinent niet verpolitieken. Het was een weloverwogen keuze om na zes jaar terug te keren naar het bedrijfsleven.”

Hoe kwam je bij Deloitte terecht?

“Ik werd benaderd door Wil van der Kruijs (voorman van een van de rechtsvoorgangers van de Human Capital Group; red.), die me vroeg of ik headhunter wilde worden. Dat aanbod kwam op een goed moment en het werkterrein was bekend. Na mijn vertrek uit de kamer wilde ik niet te veel ruchtbaarheid geven aan mijn volgende carrièrestap. Van der Kruijs leek een mooi tussenstation; ik was niet van plan om lang te blijven, maar het werk beviel goed. Ik werd met open armen door Deloitte ontvangen. Mijn nieuwe doel was toen: partner worden.”

En toen besloot Deloitte de Human Capital Group te verkopen.

“Ja, dat was een teleurstelling, maar op zich wel een begrijpelijke keuze. Accountancy en HRM-diensten laten zich, gezien de veranderde wet- en regelgeving, steeds moeilijk combineren. Ik wilde graag bij Deloitte blijven, zag genoeg mogelijkheden. Maar

Je werd directeur Business Development. Wat houdt dat precies in?

“Ik hield me voor 100% bezig met cliënten en targets. Ik ondersteunde, simpel gezegd, collega’s om bij overheidsinstellingen en bedrijven binnen te komen. Het binnenhalen van new business bij zowel bestaande als nieuwe cliënten. Daarnaast bracht ik in kaart waar kansen liggen, in welke markten Deloitte nog niet voldoende aanwezig is en daar probeerde ik vervolgens verandering in te brengen. Bijvoorbeeld door een seminar te organiseren, of een publicatie uit te brengen. Ik ben me ervan bewust dat ik formeel gezien onderdeel uitmaak van het Group Support Center. Wat dat betreft is het belangrijk dat mijn inzet iets oplevert. Business Development draagt bij aan de uiteindelijke winst.”

Vertel eens wat jouw wapenfeiten tot nu toe zijn.

“Ik kan inmiddels een groot aantal voorbeelden noemen. Op dit moment werken we bijvoorbeeld bij de Nederlandse Spoorwegen aan een veelbelovende opdracht over de veiligheid op het spoor. En er lopen diverse opdrachten binnen de kabelsector. We hebben Van Gansewinkel als auditcliënt kunnen behouden, zijn op hoog niveau binnen bij Buhmann, Content, de AVR, ING Direct en Numico. Verder is er een mooi en actueel boekje gemaakt over marktwerking in de zorg en er komt een seminar voor alle ROC’s waarin we het Deloitte-aanbod presenteren.

Je bent sinds kort directeur corporate strategy and public affairs. Wat houdt dat in?

Het imago van bedrijven als het onze is aan erosie onderhevig. De kritiek groeit en die vindt zijn weerslag in strengere wet- en regelgeving. De druk en afhankelijkheid van die regelgeving neemt toe. Dat kan grote effecten hebben op de bedrijfsresultaten en op de aantrekkelijkheid van Deloitte als werkgever voor jonge mensen. In dat kader vond het bestuur het belangrijk dat wij onze belangen steviger zouden behartigen. Dat bete-

gaan aan de samenleving laten zien dat het ons om meer gaat dan geld verdienen, dat we onze verantwoordelijkheid ook op andere terreinen willen nemen en dat we, bij het formuleren van onze strategie, maatschappelijke ontwikkelingen een centrale plaats geven.”

Je hebt ooit gezegd dat je onrustig wordt als er niets nieuws gebeurt. Gebeurt er wel genoeg bij Deloitte?

“Zoals ik net al aangaf, is Deloitte volop in beweging, om maar eens in clichés te spreken. Die organisatorische beweging is goed, want we hebben nog enorme stappen te maken. Ik vind dat Deloitte zich nog beter moet focussen, marktgerichter te werk moet gaan. We moeten meer en beter gebruikmaken van onze netwerken, van onze contacten. Gestructureerd, niet – zoals nu vaak gebeurt – op ad-hoc basis. Qua cultuur is er ook nog een weg te gaan. Deloitte moet consolideren, de afzonderlijke bedrijfsonderdelen moeten meer met elkaar samenwerken. We moeten meer dan nu gebeurt naar buiten treden als één organisatie. Wat dat betreft heeft onze organisatie potentie genoeg; het komt er alleen nog onvoldoende uit.”

Je vervult naast je werk een indrukwekkende hoeveelheid nevenfuncties: je zit in het bestuur van diverse toneel- en theatergroepen, bent onder meer voorzitter van burger@overheid en van de Nederlandse Gezinsraad. Heb je überhaupt nog tijd voor een privé-leven, voor hobby’s?

“Ik ben getrouwd met Jacques, we wonen in het weekend in Nijmegen en doordeweeks in Amsterdam. Ik zit in de Gezinsraad, omdat ik het belangrijk vind dat vrouwen carrière kunnen maken. Dat mannen én vrouwen arbeid en zorg op een gezonde manier kunnen combineren. Wijzelf hebben overigens geen kinderen en dus nog tijd voor hobby’s. In mijn vrije tijd zijn we veel buiten: hardlopen, fietsen, wandelen. Verder houden we van cultuur, toneel, musea. Maar ik geef eerlijk toe dat werk en privé bij mij sterk door elkaar lopen. Eigenlijk is dat in mijn beroep ook logisch. Een business partner kan een vriend worden en een vriend een business partner. Ik houd mijn oren en ogen goed open en grijp kansen met beide handen. Wanneer ze zich aandienen, onder werktijd of in mijn vrije tijd, doet er niet zoveel toe.”

Hoe zie je je toekomst? Zou je ooit terug willen, de politiek in?

“Ik sluit niet op voorhand uit dat ik ooit, over een jaar of tien, terugkeer naar de politiek. Tenminste, als ik daarvoor word gevraagd, want zo’n beslissing neem je niet zelf. Politiek zit nu eenmaal in je en dat laat je nooit meer los.”

‘Wij gaan aan de samenleving laten zien dat het ons om meer gaat dan geld verdienen’

de afspraak was dat de partners mee zouden gaan. Ik heb me snel over die teleurstelling heen gezet. En toen vroeg Deloitte na ruim een half jaar of ik toch niet wilde blijven. Daarover hoefde ik niet lang na te denken.”

kent niet alleen aandacht voor wet- en regelgeving, maar ook voor bredere maatschappelijke, sociale en economische ontwikkelingen die het bedrijf raken. Onze maatschappelijke oriëntatie moet worden versterkt. Wij