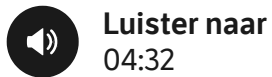


N.B. Het kan zijn dat elementen ontbreken aan deze printversie.



Luister naar
04:32

De spiegel van Sander Schimmelpenninck

Zap Sander Schimmelpenninck presenteert het haarscherpe programma *Sander en de kloof*, over vermogensongelijkheid in Nederland. Tegelijk is de presentator te zien in een reclamespotje voor een bank.

✂ Arjen Fortuin ⓘ 28 januari 2022 om 1:00 ⓘ Leestijd 2 minuten



Sander Schimmelpenninck (rechts) met de Rotterdamse Naziha Hamdach in *Sander en de kloof*.

Beeld VPRO

Sander Schimmelpenninck ziet zichzelf als de man met de spiegel. In de [eerste aflevering](#) van de VPRO-serie *Sander en de kloof* moest hij het onderwerp van de reeks uitbeelden met Playmobil. Hij verzamelde een grote groep poppetjes (de *have nots*) die op een afstandje keken naar een kleiner kluitje figuurtjes (de *haves*) die vooral oog voor elkaar hadden. Toen Schimmelpenninck zichzelf in de situatie moest plaatsen, koos hij voor een mannetje met een spiegel. Die wilde hij de *haves* voorhouden.

Sander en de kloof is een stevig aangezette aanklacht tegen de kansenongelijkheid in Nederland, gemaakt door een man die opgroeide op een landgoed, maar die volgens zijn moeder liever bij de gewone kant van het dorp wilde horen. Zijn ook in weelde geboren vrienden („jongens, nu een rondje eerlijk”) werpt hij hun privileges met genoeg in het gezicht.

Een vermogensbeheerder die de rijken helpt hun kapitaal door te sluizen naar de volgende generatie, trakteert hij op een tirade over hoe onrechtvaardig het is dat daar amper belasting over wordt geheven. De geldman stelt dat Schimmelpenninck wel anders zal piepen als hij zelf op het punt van erven staat, maar daar wil de presentator niet aan: „Ik betaal graag belasting. Dat betekent dat ik het goed heb getroffen.” Het schaadt de maatschappij als inkomen uit vermogen lager wordt belast dan inkomen uit arbeid, blijft hij herhalen.

Columnist, presentator en ondernemer Schimmelpenninck (37) is een intrigerende figuur in het Nederlandse mediacircus – iets wat hij zelf ook lijkt te vinden. Hij probeert zichzelf steeds opnieuw uit te vinden, wat tot curieuze situaties kan leiden. Momenteel combineert hij zijn serie over vermogensongelijkheid met een reclamecampagne voor een bank, wat uit het oogpunt van journalistieke onafhankelijkheid en het vermijden van de schijn van belangenverstrengeling een lichtzinnige keuze is.

Genadeloos weggeconcentreerd

Maar goed, de *faits divers* uit de Schimmelpenninckologie moeten niet vóór het onderwerp staan. *Sander en de kloof* laat de vermogensongelijkheid in Nederland haarscherp zien en toont hoe rampzalig de uitwerking ervan is. Donderdag behandelde de [tweede aflevering](#) de huizenmarkt, waar starters zonder kapitaal genadeloos worden weggeconcentreerd door beleggers en rijkelui's met een 'jubelton'.

De presentator thematiseert zijn eigen rol in het systeem. Toen hij een nieuw huis in Amsterdam kocht, hield hij het vorige aan en verhuurde hij het „voor best wel een hoge huur aan jonge mensen. Ik was een huisjesmelker”. Nu verkoopt hij het huis, een consequente stap voor iemand die vindt dat het systeem onrecht schept. Ik vroeg me wel af wat Schimmelpenninck met de opbrengst gaat doen – plots herinnerde ik me dat ik laatst nog een reclamespotje voor een bank vol ideeën over sparen en beleggen had gezien.

Schimmelpenninck spreekt een stel dat goedkope woningen koopt en verhuurt in perifere plaatsen als Sneek. De huizenprijzen en de (onbelaste) huurinkomsten maken het rendement geweldig: het „Box 3-feestje”. Hij bezoekt de Great Property Experience, waar Nederlanders onder geklap en gezang worden verleid tot een vastgoedinvestering in Blackpool.

Het contrast met de vruchteloze zoektochten van jongeren is schrijnend. Naziha Hamdach, die in de zorg werkt, is al tijden op zoek naar iets ruimers dan haar dertig vierkante meter (de VPRO-cameraman struikelt na binnenkomst omdat hij het bed niet ziet), maar er is helemaal niets te vinden. Voor het wrakke hokje betaalt ze 800 euro per maand. Een twintiger met een baan op de Zuidas heeft al veertig keer achter het net gevestigd. En de huizenprijzen stijgen sneller dan zijn inkomen. Vermogensongelijkheid bedreigt de samenleving, besluit Schimmelpenninck. Het is ook een morele kwestie.

Correctie (28/1): In een eerdere versie van dit artikel werd de bank waar Sander Schimmelpenninck reclame voor maakt een 'vermogensbank' en 'investeringsbank' genoemd. Dat is hierboven aangepast.