

De genialiteit en het goede van Social Business 3.0

Maak gebruik van de economische kracht van de markt om duurzame oplossingen te bieden voor het grootste probleem ter wereld - en zet de rol die je speelt om in persoonlijke beloning.

Tony McWilliams

Inhoudsopgave

1. Inleiding: De evolutie van sociaal ondernemen	3
2. Het hart van de zaak: Verhalen die de beweging hebben aangewakkerd	5
3. Sociaal ondernemen gedefinieerd: Doel en winst, opnieuw verbeeld	8
4. De opkomst van Social Business 3.0	12
5: Acemannan - de wetenschappelijke doorbraak achter de missie	13
6: Acemannan in actie - van persoonlijk welzijn tot wereldwijde impact	16
7. De markt op: Acemannan was slechts het begin	22
8. De Hope Movement Standard: Wat gaat er in onze producten- en wat niet	25
9. Het Marktplaatsmodel: Waarom liefdadigheid alleen tekortschiet	32
10. De Hoop Beweging: Een platform met een doel	33
11. Hoe het model werkt: Koop er een, voed er een	35

12. Impactverhalen: Van weeshuizen tot regeringen	36
13. Sluit u aan bij de beweging: HopeQuestGlobal.com	37
14. Conclusie: Wanneer winst en doel elkaar ontmoeten, worden levens gered	38

©2025 Tony McWilliams. All rights reserved.

Bedankt voor uw geduld met deze vertaling

De boodschap van hoop over de grenzen heen verspreiden

Dit e-book is oorspronkelijk in het Engels geschreven. Om de boodschap wereldwijd te verspreiden, hebben we online vertaaltools gebruikt om het in meerdere talen beschikbaar te maken. Hoewel deze vertalingen misschien niet perfect zijn, is het ons doel om het doel te vertalen – niet alleen woorden. Ons doel is om de missie van de Hope Movement, geworteld in de genialiteit en de goedheid van Social Business 3.0, op een betekenisvolle en nuttige manier te communiceren. We zetten ons in om deze boodschap zo trouw mogelijk over de hele wereld te verspreiden. Bedankt voor uw begrip en medewerking.



1. Inleiding: De evolutie van sociaal ondernemen

Social Business is geen voorbijgaande trend; het is een transformerende kracht die de manier waarop we handel en compassie benaderen opnieuw vormgeeft. Van het industriële tijdperk tot het informatietijdperk heeft het bedrijfsleven zich altijd ontwikkeld om aan de behoeften van zijn tijd te voldoen. Vandaag de dag, met wijdverspreide sociale ongelijkheden en toenemende wereldwijde crises, hebben we bedrijven nodig die meer doen dan geld verdienen. We hebben bedrijven nodig die echte problemen oplossen.

Enter Social Business - een benadering waarbij winst en doel in synergie samenwerken. Een pionier van visionairs zoals Muhammad Yunus, die de Nobelprijs voor de Vrede won voor zijn werk op het gebied van microfinanciering, waarmee hij veertig miljoen inwoners van Bangladesh trof. Dit Social Business model begon als een experiment in het koppelen van ondernemersinspanningen aan humanitaire resultaten.

Aanvullende innovatie op het gebied van Social Business omvatte het "koop er één, geef er één"-model met producten als schoenen, brillen en sokken. Het ontwikkelde zich tot robuuste platforms om complexe problemen zoals ondervoeding, armoede en chronische ziekten aan te pakken.

Aan de basis van dit eBook - en van de beweging zelf - staan Sam en Linda Caster. Hun reis begon niet met spreadsheets of roadmaps, maar met compassie. Als adoptieouders van vijf kinderen, waarvan er twee uit het buitenland kwamen, was hun hart al afgestemd op de behoeften van de kwetsbaren. Het keerpunt kwam toen ze hoorden dat kinderen in een Roemeens weeshuis dat ze financieel steunden, stierven als gevolg van ziekten en kwalen die van nature voorkomen bij ondervoedingsgerelateerd immuunfalen. Dat moment herdefinieerde hun missie en leidde tot de ontwikkeling van wat de Hope Movement zou worden.



2. Het hart van de zaak: Verhalen die de beweging hebben aangewakkerd

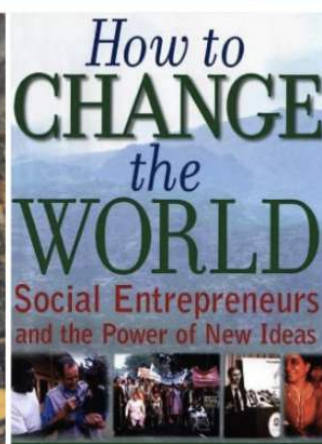
Het ging niet alleen om voedsel. Deze kinderen misten de voedingsondersteuning die nodig is voor het functioneren van hun immuunsysteem. Sam, een veteraan op het gebied van geavanceerde voeding, realiseerde zich dat hij een oplossing had - maar die moest wel duurzaam worden geleverd.

Van die eerste levensreddende leveringen van volwaardige voedingspoeders tot de oprichting door de Caster van MannaRelief, een non-profitorganisatie die zich toelegt op het bereiken van de meest medisch kwetsbare mensen, en uiteindelijk de lancering van de Hope Movement, werd een Social Business-model geboren: een model waarbij zakendoen de motor is en compassie de brandstof. Ze noemden het Social Business 3.0, een term bedacht door sociaal ondernemer David Bornstein, die zei,



MannaRelief

*Providing A New "Non Conventional" Solution
to the World's Biggest Health Challenges.*



"Social Business 3.0 kijkt verder dan instellingen en kijkt naar het veranderingspotentieel van alle mensen en hun interacties. Het erkent dat Sociaal Ondernemerschap besmettelijk is en meer mensen op elke leeftijd in staat stelt om te denken en zich te gedragen als veranderaars en om hen te helpen krachtig samen te werken in teams en in teams van teams."

En dan was er Acemannan - de game-changer.

Toen Sam voor het eerst over deze immuunmodulerende molecule hoorde, begreep hij onmiddellijk het potentieel ervan. Het was geen theorie. Het was collegiaal getoetste, door gegevens gestuurde wetenschap. Het was niet abstract. Het had een unieke persoonlijke impact.

Acemannan werd de hoeksteen van de missie, niet alleen vanwege wat het kon doen voor de kwetsbare en worstelende mensen, maar ook vanwege wat het mogelijk maakte voor mensen die een goede gezondheid willen behouden: een vertrouwde optie voor individuen die verantwoordelijkheid nemen voor hun gezondheid en resultaten eisen.





3. Sociaal ondernemen gedefinieerd: Doel en winst, opnieuw verbeeld

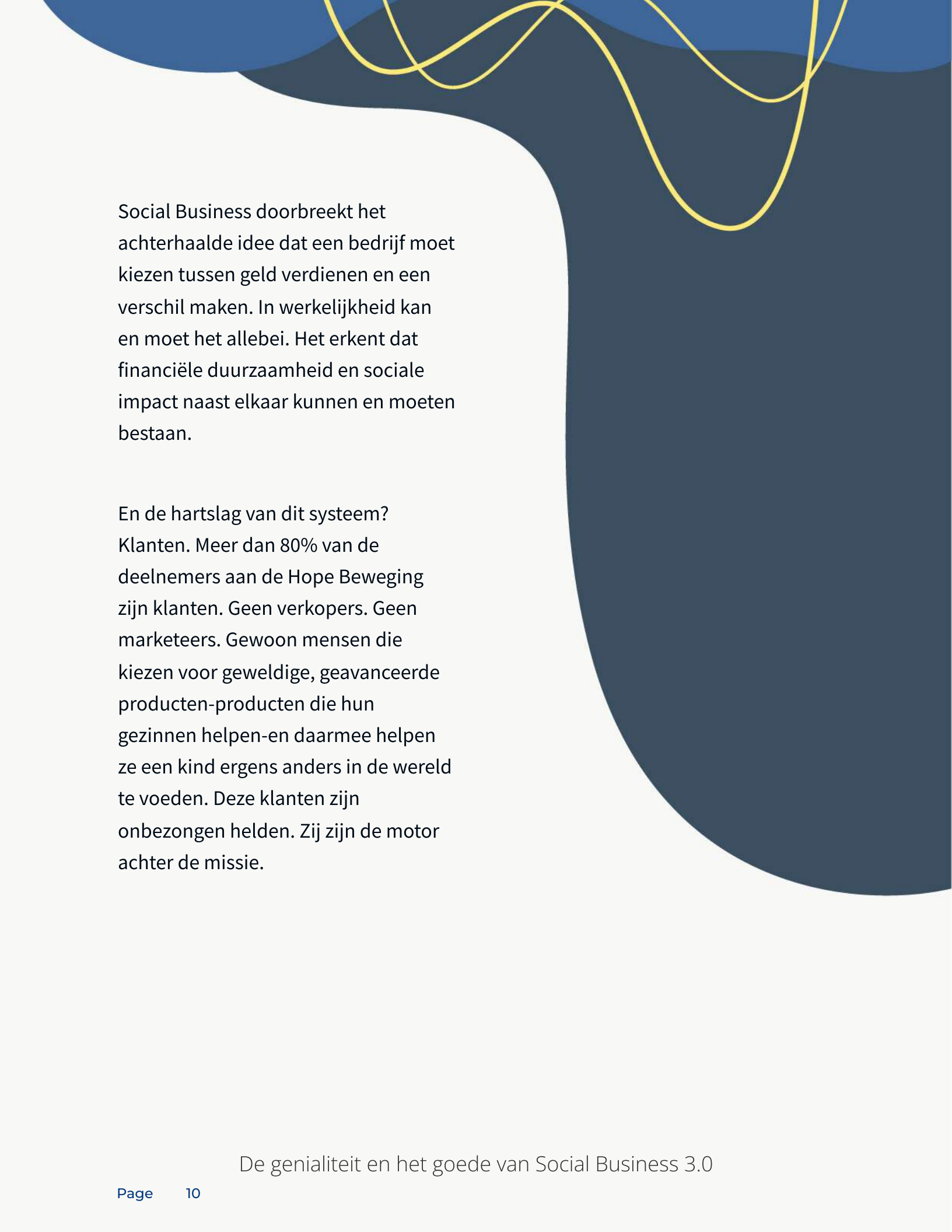
Social Business combineert het beste van twee werelden. Het is een bedrijf met een missie en een winst versterkt door de markt. In tegenstelling tot non-profitorganisaties, die afhankelijk zijn van inconsistente donorsteun, en in tegenstelling tot bedrijven die uitsluitend gericht zijn op rendement voor de aandeelhouder, omarmt Social Business een bedrijfsplan dat ook sociale impact heeft.

Maar in ons Social Business 3.0 model wordt de impact niet beperkt door het resultaat. In plaats van af te wachten wat er overblijft, behandelen we sociale impact als een top-line verplichting, ingebouwd als een belangrijke operationele uitgave, niet als een bijzaak. Dit zorgt ervoor dat het bereik van onze missie niet afhankelijk is van overschotten of winst, maar vanaf het begin prioriteit krijgt, naast alle andere essentiële kosten van het zakendoen.

In dit model wint iedereen. Consumenten en klanten krijgen producten die hun leven verbeteren. Ondernemers, die deze Social Business 3.0 op de markt brengen, worden gecompenseerd voor hun inspanningen. En het belangrijkste: kwetsbare kinderen krijgen consistente, meetbare hulp.



De genialiteit en het goede van Social Business 3.0



Social Business doorbreekt het achterhaalde idee dat een bedrijf moet kiezen tussen geld verdienen en een verschil maken. In werkelijkheid kan en moet het allebei. Het erkent dat financiële duurzaamheid en sociale impact naast elkaar kunnen en moeten bestaan.

En de hartslag van dit systeem?
Klanten. Meer dan 80% van de deelnemers aan de Hope Beweging zijn klanten. Geen verkopers. Geen marketeers. Gewoon mensen die kiezen voor geweldige, geavanceerde producten-producten die hun gezinnen helpen-en daarmee helpen ze een kind ergens anders in de wereld te voeden. Deze klanten zijn onbezongen helden. Zij zijn de motor achter de missie.

Maar deze statistiek levert meer op. Deze 80% is een sterke indicator van verantwoord ondernemen, productwaarde, marktvraag en duurzaamheid op de lange termijn. Een dergelijke verhouding beschermt niet alleen ons bedrijf, maar bevestigt ook dat we producten aanbieden die mensen echt willen, met of zonder een platform om inkomsten te genereren. Het zijn gewoon tevreden klanten. Dat zegt veel over de integriteit van het model en het stelt ons gerust dat we iets echts en duurzaam aan het bouwen zijn.



4. De opkomst van Social Business 3.0



Social Business 1.0 richtte zich op geven - bedrijven zoals TOMS Shoes gebruikten het buy one, give one model om een verschil te maken. Social Business 2.0 breidde de distributie uit door partnerschappen aan te gaan met retailnetwerken, zoals winkelketens in winkelcentra, waardoor de producten en de impact meer mensen op meer plaatsen van dienst konden zijn. Het toonde de mogelijkheid om de missie te laten groeien zonder de focus te verliezen, waardoor zowel de toegang als de effectiviteit in gemeenschappen toenam.

Maar beide modellen hadden hun beperkingen: ze misten een manier voor gewone mensen om ondernemende leiders te worden en beloond te worden voor het bevorderen van een bepaalde missie.



Social Business 3.0 verandert alles. Het decentraliseert de impact door gewone mensen - moeders, studenten, gepensioneerden, professionals - in staat te stellen sociaal ondernemer te worden. Ze kopen of doneren niet alleen; ze bouwen en leiden. Met platforms zoals de Hope Movement vormen deze individuen "teams van teams", waardoor ze virale groei creëren via netwerken van invloed. Deze aanpak is niet alleen schaalbaar, maar ook duurzaam.

Het geeft klanten ook meer macht. Door simpelweg te kiezen voor voedingsrijke, wetenschappelijk gevalideerde producten, voeden klanten niet alleen zichzelf - hun aankopen zijn afgestemd op het voeden van kinderen. Ze maken deel uit van een nieuw soort impacteconomie, waar elke transactie meer oplevert.

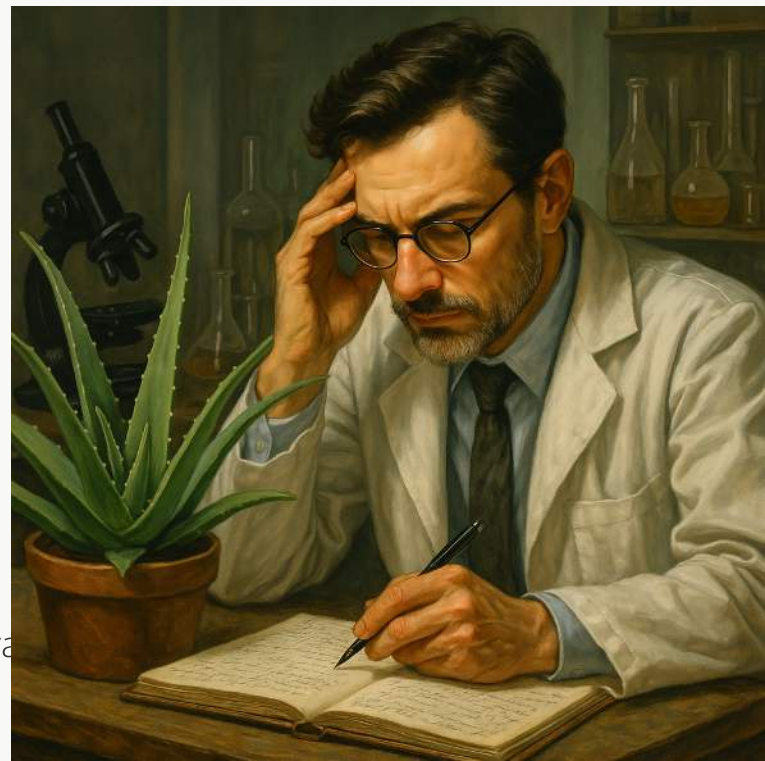
5: Acemannan - de wetenschappelijke doorbraak achter de missie

Acemannan is meer dan een ingrediënt. Het is de spil van de Hope Movement - een natuurlijk afgeleide verbinding met krachtige biologische effecten. Acemannan wordt gevonden in de binnenste bladgel van de aloë vera plant en is een lange-keten polysacharide (een soort complexe suiker) met diepgaande immuunmodulerende eigenschappen.

In zijn ruwe vorm begint Acemannan snel af te breken zodra het van de Aloë vera plant wordt gescheiden. De ontdekking dat het gestabiliseerd kon worden voor therapeutisch gebruik betekende een doorbraak in de voedingswetenschap. Gestabiliseerd acemannaan helpt immuunreacties in balans te brengen - onderactieve systemen worden gestimuleerd en overactieve systemen gekalmeerd.

Deze dubbele werking maakte het een nieuwe en veelbelovende interventie voor een breed scala aan aandoeningen, van ontstekingen en darmproblemen tot immuunsuppressie en energietekorten.

Wat Acemannan echt onderscheidt is de diepte en breedte van de wetenschappelijke ondersteuning. In 1995 was er al meer dan 100 miljoen dollar geïnvesteerd in onderzoek naar de effecten - van het herstel van brandwonden tot de onderdrukking van tumoren bij dieren. Aangetoond is dat het de activiteit van macrofagen stimuleert, de intercellulaire communicatie verbetert, de integriteit van de darmbarrière ondersteunt en de efficiëntie van de mitochondriën (de energiemotoren van het lichaam) verhoogt. In wezen ondersteunt het het natuurlijke vermogen van het lichaam om te genezen, te beschermen en te gedijen.



De genialiteit en het goede va



Carrington Laboratories, de pioniers achter gestabiliseerd acemannaan, hebben de verwerking ervan gepatenteerd en een groot aantal klinische en preklinische onderzoeken geleid. Toch bleef deze doorbraak jarenlang alleen bekend bij toponderzoekers en medische specialisten, totdat Sam Caster het bredere potentieel ervan zag.

Toen hij Acemannan leerde kennen via Carrington Labs, herkende hij een molecuul dat niet alleen wetenschappelijk verantwoord was, maar dat ook nauw kon worden afgestemd op een bredere missie om de menselijke gezondheid en het wereldwijde welzijn te verbeteren. De gegevens waren overtuigend, de behoefte dringend en een nieuw soort doelgericht bedrijf was geboren.

Acemannan is geen hype. Het is geworteld in rigoureus onderzoek. Met meer dan 700 collegiaal getoetste onderzoeken op zijn naam heeft Acemannan zijn reputatie verdiend als geloofwaardig, effectief wellnessmiddel. De rol van Acemannan in immuunmodulatie, cellulair herstel en ontstekingscontrole is al tientallen jaren gedocumenteerd in gerenommeerd onderzoek en er komen nog steeds nieuwe onderzoeken uit.

Als Acemannan gewoon een ander product op de plank in de natuurvoedingswinkel zou zijn, zou je genoeg effectieve opties zien. Maar dat is het niet. Acemannan breekt snel af tenzij het zorgvuldig wordt gestabiliseerd. Volgens de patenthouder, Dr. Bill McAnalley, testen de meeste fabrikanten het niet eens in hun eindproducten. Daarom is "gestabiliseerde aloë" niet hetzelfde als "gestabiliseerde acemannaan" - een doorbraak die gezondheid, genezing en hoop voor velen opnieuw kan definiëren.

6: Acemannan in actie - van persoonlijk welzijn tot wereldwijde impact

Wetenschappelijke doorbraken zijn alleen belangrijk als ze de mensen bereiken die ze nodig hebben. Dat is waar zowel de missie als de marketingstrategie om de hoek komen kijken, als twee tandwielen die perfect synchroon draaien. Door een gepatenteerd stabilisatieproces wordt Acemannan nu geleverd in zijn meest bioactieve en effectieve vorm - als een op zichzelf staande verbinding en als een hoofdingrediënt in complete voedingsproducten voor dagelijks gebruik. Wanneer klanten deze producten gebruiken, doen ze meer dan alleen hun eigen gezondheid ondersteunen - ze helpen dezelfde levensveranderende molecule te leveren aan een kind dat anders misschien niet zou overleven.

Dit is de kracht van Social Business 3.0. Voor zo'n gedurfde missie - het bestrijden van wereldwijde ondervoeding - zijn producten nodig met een onmiskenbare waarde, geloofwaardigheid en aantrekkingskracht. Iets minder aanbieden zou de missie zelf verzwakken. Als we willen dat mensen zich bij ons aansluiten, van ons kopen en ons verhaal delen, moeten we iets leveren dat hoofden doet omdraaien, vertrouwen verdient en zichtbare resultaten oplevert. Acemannan levert.



HopeQuestGlobal.com speelt een centrale rol in het toegankelijk maken van deze missie. Bezoekers kunnen daar een samengestelde bibliotheek van wetenschappelijke studies verkennen, elk vertaald van complexe academische taal naar eenvoudige, alledaagse termen. Het gaat er niet alleen om wetenschap makkelijker leesbaar te maken (en dat is het ook) - het gaat erom dat gewone mensen iets zinvols kunnen begrijpen en eraan kunnen deelnemen en de wetenschappelijke redenen daarvoor kennen. Wanneer klinisch onderzoek begraven blijft in technisch jargon, blijft het buiten bereik voor de meesten. Maar via HopeQuestGlobal.com heeft u toegang tot gegevens die vereenvoudigen, informeren, toerusten en aanzetten tot actie.

Voorbeeldtitels van wetenschappelijke studies op HopeQuestGlobal.com

De Ontstekings Verbinding: Invloed van Aloë Acemannaan op het immuunsysteem bij de ziekte van Alzheimer. Hoop in een plant: Supplement op basis van aloë toont veelbelovend voor alzheimerpatiënten

Wanneer genezing ondersteuning nodig heeft: Onderzoek naar de rol van acemannaan tijdens chemotherapie. Hoop in de zwaarste strijd: Wat chemotherapiepatiënten zouden willen weten over acemannaan

Doorbraak in hersengezondheid bij muizen door Aloë Arboressens en zijn actieve bestanddelen. Acemannaan en cognitieve redding: Nieuw onderzoek in de kijker



De over het hoofd geziene natuurlijke stof die helpt bij het bestrijden van de bijwerkingen van bestraling: Twee studies verzameld. De stof uit Aloë Vera die kan beschermen tegen stralingsschade

Acemannan ontrafeld: Aloë feiten scheiden van marketingfictie. De wetenschap achter acemannaan: Wat de meeste aloëproducten missen

Onderzoek naar de cognitieve effecten van een op Acemannan gebaseerd supplement bij de ziekte van Alzheimer: Een blik op BDNF en hersenfunctie. De hersenen over acemannan: Wat een onderzoek uit 2017 suggereert over geheugenondersteuning bij de ziekte van Alzheimer

Acemannan en neurobescherming: Gedrags- en biochemische effecten op diabetische ratten: Aloë Vera Gel verbetert het geheugen en vermindert oxidatieve stress bij diabetische ratten

Acemannan verhoogt glutathionniveaus: Vroeg onderzoek benadrukt krachtige antioxidant ondersteuning. Een 5-minuten-verandering: Het experiment dat de onmiddellijke impact van Acemannan aantoonde

Onafhankelijke studie bevestigt immuunmodulerende kracht van Acemannan: Een 5-delige beoordeling. Het immuunsysteem ontwaakt: Een diepe duik in de geverifieerde impact van Acemannan



De hoop in aloë: In het laboratorium bewezen ondersteuning van de hersenen door acemannan. Neurobeschermend potentieel van acemannaan: Inzichten uit onderzoek naar Alzheimer cellen.

Aspecten van Aloë binnenblad gel en Aloë Vera hele blad extract. Verhoogde absorptie en permeabiliteit van geneesmiddelen en voedingssupplementen

Acemannan remt virusinfectie: Chinese studie. De wetenschap achter acemannaan: Overlevingskansen bij met virus geïnfecteerde muizen

Naast deze gemakkelijk te begrijpen wetenschappelijke studies zijn er ook blogs, podcastopnames en getuigenissen om te onderwijzen en te inspireren; zo blijft ons team op de hoogte van belangrijke updates en belangrijke ontwikkelingen. Deze gratis website zal een vruchtbaar hulpmiddel zijn in de handen van degenen die het met anderen willen delen.

Omdat we allemaal een drukke levensstijl hebben, kunnen degenen die de site bezoeken er zeker van zijn dat alle audio's en video's zijn bewerkt om ze zo beknopt mogelijk te maken, maar toch boordevol duidelijkheid, relevantie en waarde - dus elke minuut telt.

Je zult blij zijn om te weten dat we bij HopeQuestGlobal geen stigma's hebben. Er is geen marketinghype, geen manipulatie, geen overdreven claims, geen verkooppraatjes, geen harde verkoop. Niets van dat alles bestaat hier. De ethiek die ten grondslag ligt aan onze waardeproposities is geworteld in waarheid, transparantie en vertrouwen. Wij geloven dat echte impact voor zich spreekt en dat wanneer mensen iets tegenkomen dat echt goed is - goed voor henzelf en hun familie en goed voor een bredere missie - ze niet onder druk gezet hoeven te worden om in actie te komen. Ze hoeven alleen maar uitgenodigd te worden.

Dat is de brug die HopeQuestGlobal slaat tussen harde wetenschap en menselijke toepassing, tussen academische ontdekking en transformatie in de echte wereld. Het is ook een brug naar duidelijkheid, begrip en vertrouwen.





Om onze missie wereldwijd te kunnen uitvoeren, moeten we meer bieden dan alleen hoop. We moeten effectieve oplossingen bieden met een bewezen staat van dienst. Acemannan is zo'n oplossing. Het draagt bij aan het welzijn van degenen die ervoor kiezen en levensreddende voeding aan degenen die het wanhopig nodig hebben. Een product dat beide uiteinden van het spectrum dient, is zeldzaam. Maar het is precies wat onze missie vereist.





Als we zeggen "beide uiteinden van het spectrum" bedoelen we dat Acemannan actief is in wat we het Wellness-to-Survival Spectrum zouden kunnen noemen. Aan de ene kant staan mensen die op zoek zijn naar meer vitaliteit - mensen die op zoek zijn naar energie, immuuniteitsbalans en proactief welzijn. Aan de andere kant staan kwetsbare kinderen die te maken hebben met levensbedreigende ondervoeding, voor wie Acemannan essentiële ondersteuning biedt op het gebied van immuunsysteem en voeding. Er zijn maar weinig producten die beide uiteinden van dit continuüm omspannen en voordelen bieden aan zowel de welvarende als de nauwelijks overlevende. Maar dat is wat Acemannan zo uniek krachtig maakt en waarom het centraal staat in onze missie.

Het begint allemaal met een klant die kiest voor zorg - die de voordelen ontvangt van een geavanceerd gezondheidsproduct en tegelijkertijd helpt om dezelfde impact te hebben op iemand die het dringend nodig heeft. Dit is niet zomaar een transactie. Het is een transformatie die voortkomt uit de **genialiteit en de goedheid van Social Business 3.0** - persoonlijk en wereldwijd.

7. De markt op: Acemannan was slechts het begin

Acemannan was en is onze katalysator, maar niet onze conclusie. Het was de vonk die het vuur aanstak - een introductie van wat mogelijk is wanneer wetenschap en missie op één lijn liggen.



Maar hoe krachtig het ook is, Acemannan is slechts een deel van een veel groter verhaal. Doorbraken die we op de markt brengen zitten niet alleen in wat deze ene molecule kan doen, maar in hoe het de deur opende naar een heel bio-platform van producten, protocollen en mogelijkheden - elk ontworpen met dezelfde compromisloze standaard van uitmuntendheid.

Zonder twijfel vindt de Hope Beweging in Acemannan een ongekend marketinganker. Maar terwijl Acemannan blijft de essentie van onze nutritionele fundamenteel, onze visie strekt zich uit dan deze enkele innovatie. We wijken niet af van het voordeel van Acemannan door de balans van onze productlijn te vervuilen met trendy toevoegingen. In plaats daarvan zijn we toegewijd aan het opbouwen van een doelgericht arsenaal aan wellnessmiddelen die zijn ontworpen om de individuele gezondheid te ondersteunen in dezelfde markt waar we oplossingen zoeken voor wereldwijde problemen.

Daarnaast hebben we eigen voordelen. Dit betekent dat we tot op zekere hoogte aanwezig zijn op de voedingsmarkt, omdat een bepalend element van onze bedrijfsstrategie is dat we exclusieve distributeurs willen zijn van onze producten en de bijbehorende technologieën.

En dat is nog maar het beginpunt. Met Acemannan als lanceerplatform hebben we een portfolio van producten en technologie opgebouwd die met dezelfde strengheid en hoge normen zijn ontworpen om aan de behoeften van de echte wereld te voldoen.



De markt is waar onze missiedoelstellingen worden vervuld. Dit betekent dat we ons aan de bedrijfsregels moeten houden en op authentieke wijze moeten reageren op de verwachtingen van de markt. Er gebeurt niets magisch alleen omdat we een nobele missie hebben. De mensen die het dichtst bij ons staan begrijpen onze social business wortels, maar in de normale gang van zaken zijn we een marktkracht op zich geworden, los van onze missie.

Daarom is het niet alleen de missie die mensen aantrekt; misschien zijn ze zich daar niet eens van bewust. Velen worden aangetrokken door iets dat veel directer en praktischer is: de uitzonderlijke producten met toonaangevende kwaliteit.

We reageren op de vraag van de markt, maar we leggen de lat hoger door op die vraag te anticiperen en meer dan dat te leveren. Elk product moet uitblinken. Elk resultaat moet merkbaar zijn. Elke stap voorwaarts moet het vertrouwen van de klant versterken en duurzame groei in de markt stimuleren.

Vanuit ons Social Business perspectief is dat omdat er levens op het spel staan. Maar vanuit ons marketingperspectief gaat het erom vertrouwen op te bouwen, in echte behoeften te voorzien en waarde te leveren waardoor mensen blijven terugkomen.



8. De Hope Movement Standard: Wat gaat er in onze producten-en wat niet

Laten we eerst duidelijk zijn. Er zijn ingrediënten die we weigeren op te nemen in onze productlijn.

Geen kunstmatige smaakstoffen: We gebruiken natuurlijke smaakstoffen afkomstig van planten, niet van dieren of insecten.

Geen kunstmatige zoetstoffen: Onderzoek heeft aangetoond dat de consumptie van kunstmatige zoetstoffen verschillende problemen veroorzaakt, variërend van gewichtstoename tot het beschadigen van gezonde darmbacteriën.

Geen kunstmatige kleurstoffen: We gebruiken natuurlijke kleuren van bieten, kurkuma, spirulina en andere plantaardige bronnen.

Geen GMO's: Ondanks gepubliceerde onderzoeken die stellen dat genetisch gemodificeerde organismen veilig zijn, kiezen wij ervoor om ze te vermijden.

Naast ons Acemannan-extract zijn er andere opmerkelijke ingrediënten die samen een productlijn vormen die een publiek aanspreekt dat veel waarde hecht aan zelfzorg en welzijn. Een aantal van deze ingrediënten en technologieën vindt u hier.

ProLain™

ProLain™ is een gepatenteerd bietenextract dat alle suikers verwijdt en gestandaardiseerde, hoogpotente hoeveelheden betalainen levert - natuurlijke verbindingen die bekend staan om hun ontstekingsremmende werking. In tegenstelling tot typische bietenextracten, die tot 70% suiker en inconsistente betalainiveaus kunnen bevatten, biedt ProLain™ een gezuiverde vorm waarvan in klinische studies is aangetoond dat deze ontstekingsmarkers tot 47% vermindert en de energie met meer dan 120% verhoogt. De geheime moordenaar: ontsteking

Ontsteking dient als het natuurlijke verdedigingsmechanisme van je lichaam zolang het acuut blijft. Maar als het chronisch en langdurig is, wordt het schadelijk en beschadigt het gezonde weefsels en organen. Na verloop van tijd is het gekoppeld aan grote gezondheidsproblemen. Alle volwassenen zouden een op integratieve gezondheid gebaseerde proactieve strategie moeten volgen om het te verminderen. Een interessante voor en na grafiek vind je [hier op deze link](#).

Time Magazine

De geheime moordenaar: ontsteking



Diosgenine

Diosgenine is een plantaardige stof die afkomstig is van wilde yams en die vaak in laboratoria wordt gebruikt om steroïde hormonen zoals cortison of progesteron te maken, hoewel deze omzetting niet van nature in het menselijk lichaam plaatsvindt. Hoewel het qua structuur lijkt op steroïde hormonen, is diosgenine geen steroïde en gedraagt het zich ook niet zo. In plaats daarvan kan het antioxidantactiviteit ondersteunen en helpen hormonen in balans te brengen, vooral tijdens de menopauze of voor algeheel hormonaal welzijn bij zowel vrouwen als mannen.

Ik heb meer dan één vrouw gehad die me in gemengd gezelschap opgewonden wilde vertellen over de effecten van het aanvullende ingrediënt van dit hormoon. Ik luisterde respectvol, maar concludeerde beschamend dat het "te veel informatie" was.

S7®

S7® is een mix van plantaardige ingrediënten waarvan klinisch is aangetoond dat ze de productie van stikstofmonoxide (NO) in het lichaam tot 230% verhogen. Nitric Oxide is een vaatverwijdend middel dat de bloedvaten laat ontspannen, waardoor de bloedstroom, zuurstof en brandstof naar de cellen toenemen.

Als een eiwitshake S7® bevat, krijg je niet alleen eiwitten binnen en bouw je spieren op, je krijgt ook ondersteuning voor de doorbloeding en energie.



Hele voedselextracten

We gebruiken plantaardige vitaminen, mineralen en kiemen die biobeschikbare voedingsstoffen en spijsverteringsenzymen leveren om gezonde cellen en stofwisseling te ondersteunen.

Is het je opgevallen dat we niet enthousiast zijn over synthetische stoffen? Onze filosofie hierover gaat dwars door de voedingsmarkt waar 90 tot 95% van de vitaminen en mineralen synthetisch zijn. Biobeschikbare extracten uit hele voedingsmiddelen voldoen aan onze hoge normen.

Oregonol™

Oregonol™ is een van de krachtigste antioxidanten uit de natuur. Dit gepatenteerde extract van de Pijnboomschors uit Nieuw-Zeeland is 20 keer krachtiger dan vitamine C, 50 keer krachtiger dan vitamine E, en passeert de bloed-hersenbarrière. Het helpt gingivitis en tandbederf voorkomen en helpt verlichting te bieden bij keelpijn, verstopte neus en hoesten.

Dit is voeding 101: waar gezondheidsbewuste mensen krachtige antioxidanten gebruiken om vrije radicalen aan te pakken. Dit zijn onstabiele moleculen die één of meer elektronen missen en elektronen van andere moleculen willen stelen, waardoor ze celschade veroorzaken. Oregonol™ in de mix levert een geweldige bijdrage aan de benodigde interventie.



ElevATP®

Deze cellulaire energieactivator, gewonnen uit oude turf en appelpolyfenolen, werkt samen met de lichaamseigen energiebanen om de ATP-productie tot 64% te verhogen zonder toename van oxidatieve stress of melkzuur (een bijproduct van intensieve training dat spierversmoeidheid en spierpijn kan veroorzaken); en het geeft je een energieboost op cellulair niveau.

Als een energiedrank is samengesteld om op cellulair niveau met het lichaam samen te werken zonder een crash, kriebels of stress die kenmerkend zijn voor populaire energiedranken, kun je het veilig gebruiken.

Sensoril

Deze kruidenformulering is een "adaptogeen" (stabiliserend) middel. Klinisch onderzoek heeft aangetoond dat het het lichaam helpt overtollig cortisol te verminderen. Het bevat ook een gepatenteerd vezelcomplex met meerdere voordelen voor de gezondheid, waaronder een effectief prebioticum. Dit vezelcomplex ondersteunt ook een gezonde spijsvertering.

Een gezonde drank die je helpt te stabiliseren aan het einde van de dag voelt als een geschenk. Als je weet dat het achter de schermen werkt - het helpt stresshormonen te beheersen, ondersteunt de darmgezondheid en herstelt het evenwicht - hoef je je over één ding minder zorgen te maken.

Glyco-prebiotica:

Glyco-prebiotica ondersteunen de darmgezondheid door nuttige bacteriën te voeden, de spijsvertering te bevorderen, de opname van voedingsstoffen te verbeteren en het immuunsysteem te versterken. Ze helpen ook om het darmmicrobioom in balans te brengen, ontstekingen te verminderen en de cel-tot-cel communicatie te verbeteren.

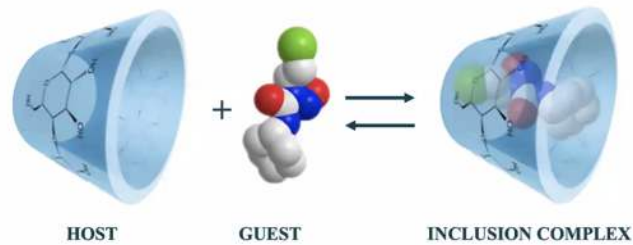
Meer dan 80% van het immuunsysteem bevindt zich in de darmen. Door je te richten op de darmen om de gezondheid ervan te waarborgen, zet je een grote stap in de richting van algeheel welzijn.

Cyclodextrine afgiftesysteem

Een gepatenteerd afgiftesysteem voor vetoplosbare bestanddelen en andere ingrediënten die slecht worden geabsorbeerd. Van cyclodextrinen is aangetoond dat ze de biologische beschikbaarheid verhogen van 5-15% tot 80-90%, terwijl ze de stabiliteit van het ingrediënt verbeteren.

Dit afgiftesysteem maakt deel uit van het geniale thema dat dit eBook kenmerkt. Het is niet alleen wat er in het product zit - het is de manier waarop het wordt afgeleverd die het biobeschikbare verschil maakt. Deze technologie zorgt ervoor dat belangrijke voedingsstoffen niet verloren gaan in het spijsverteringsproces, maar worden opgenomen waar ze het belangrijkste zijn. Het weerspiegelt het soort slimme innovatie dat goede ingrediënten omzet in geweldige resultaten.

CYCLODEXTRIN ENCAPSULATION



Enhances Bioavailability

Verbetert de biologische beschikbaarheid

Als onderdeel van hun formulering bevatten alle producten van de Hope Beweging Acemannan.

Hoopbeweging
Sociaal ondernemen 3.0
Koop er één, voed er één



9. Het Marktplaatsmodel: Waarom liefdadigheid alleen tekortschiet

Traditionele liefdadigheid, vooral om wereldwijde ondervoeding aan te pakken, is weliswaar nobel en zeker een belangrijk onderdeel van de op missie gebaseerde samenleving, maar heeft zijn tekortkomingen. Donaties zijn eindig. Economische neergang droogt de financiering op. Uitbreiding om meer mensen te bereiken - wat wij schaalvergroting noemen - wordt een lastige klim in traditionele modellen. En vaak zijn het de organisaties die veel goeds doen die worstelen om het hoofd boven water te houden. Of hun impact, hoewel meetbaar effectief en eervol, wordt overschaduwd door de overweldigende schaal van wereldwijde ondervoeding waar de jaarlijkse dood van zeven miljoen kinderen de realiteit is.



Social Business 3.0 biedt een betere oplossing door aan te boren wat nooit stopt: de markt. Mensen geven elke dag geld uit op de markt; aan gezondheid, voeding, supplementen en duizend andere dingen. Door deze dagelijkse aankopen af te stemmen op sociale resultaten, verandert Social Business 3.0 het kapitalisme in een uitgebreide kracht voor het goede. Het gaat niet om het vragen om donaties, het gaat om het bieden van waarde. En wanneer waarde en visie op één lijn liggen, volgt duurzaamheid.

Bovendien, wanneer mensen iets kopen waar ze van houden en het niet alleen hen goed doet, maar het ook goed doet voor anderen, dan ontstaan er bewegingen. Dat is de Hope Beweging.

Instellingen veranderen de wereld niet, maar bewegingen van mensen wel.

10. De Hoop Beweging: Een platform met een doel

De Hope Movement is de belichaming van Social Business 3.0. Het is een platform, een doel en een gemeenschap. Gebouwd op tientallen jaren ervaring, bestaat het om ondervoeding bij kinderen uit te roeien terwijl het de levens van haar deelnemers transformeert.



Elke klant die een bestelling plaatst via de Hope Movement doet meer dan het kopen van een effectief product - ze worden onderdeel van een missie. Elke aankoop, elke verwijzing, elk gesprek helpt kinderen over de hele wereld te overleven en te gedijen. Het is een eenvoudige daad met blijvende impact. Plus, de Hope Movement beloont klanten met product credits voor aankopen en voor verwijzingen die ze genereren.

Voor degenen die verder willen gaan, de Hoop Beweging biedt een pad - niet alleen naar een betere gezondheid, maar om doel-gedreven inkomen. Als sociaal ondernemer krijg je toegang tot de beste voedingsproducten, bewezen business tools, persoonlijke coaching en een groeiende kennisbank van ondersteuning. Maar meer dan dat, je voegt je bij een groeiend netwerk van mensen die zich inzetten om een erfenis van gezondheid, waardigheid en kansen op te bouwen.

De winnaar van de Nobelprijs voor de Vrede 2006 voor Sociaal Ondernemerschap, Muhammed Yunus, zei dat als je de wereld wilt veranderen, zoek dan de mensen die het meest begaan zijn met het probleem dat je aanvalt en verbind hen met het project. Zoek vervolgens een manier om hen te compenseren voor hun deelname. Als je ze compenseert, zullen ze jouw zaak tot het einde van de wereld drijven.

Er is veel goeds aan het creëren van een gevestigd belang in een levensreddend project. En de veertig miljoen mensen die getroffen zijn door het genie van sociaal ondernemerschap van deze Nobelprijswinnaar zijn daar het bewijs van.



In het centrum van dit alles staat HopeQuestGlobal - het platform dat zowel klanten als ondernemers uitrust, traint en ondersteunt. Of u nu een verschil wilt maken met uw aankoop of een missie-gedreven bedrijf wilt starten, HopeQuestGlobal is uw startpunt.

Wanneer u geïnformeerd bent, staat u sterker. Door het verstrekken van duidelijke, wetenschappelijk onderbouwde informatie over onze voedingsproducten, rusten we mensen uit met de kennis en het vertrouwen om blijvende beslissingen te nemen voor hun gezondheid. Dit versterkt niet alleen het vertrouwen, maar zorgt ook voor langdurige betrokkenheid, wat essentieel is voor het succes van onze missie. **Word lid van onze e-maillijst als je dat nog niet bent.** Het is de beste manier om te blijven leren, geïnspireerd te blijven en deel uit te maken van een beweging die alledaagse keuzes omzet in betekenisvolle impact.

11. Hoe het model werkt: Koop er een, voed er een

Elk product gekocht via de Hope Movement releases porties van nutriënt-rijke ondersteuning aan kinderen in nood. Dit "Koop er een, voed er een" model gaat verder dan symbolische impact - het wordt gevolgd, gemeten en controleerbaar. Elke Social Business Partner in deze beweging kan zijn of haar totale aantal voedingssupplementen bekijken die zijn gegenereerd via zijn of haar persoonlijke "voetafdruk", inclusief de impact van zijn of haar team en het totale wereldwijde bereik van het initiatief.

Het is een model dat is gebouwd op transparantie en verantwoording. Naarmate je team groeit, groeit ook je impact. Naarmate je impact groeit, groeit ook je productkrediet, als je klant bent, en je inkomen, als je een Social Business Partner bent. De vereiste duurzaamheid om dit grootste mondiale probleem aan te pakken vindt zijn plaats in een eeuwigdurende cyclus: het doel voedt de winst en de winst financiert het doel.

12. Impactverhalen: Van weeshuizen tot regeringen

De Hope Beweging praat niet alleen over impact, maar bewijst het ook. In Mexico werkte voormalig president Vicente Fox samen met de Hope Movement om duizenden kinderen te voeden via zijn non-profit Vamos Mexico. Dit omvat weeshuizen en hulpnetwerken die voeding op basis van Acemannan uitdelen aan de meest kwetsbaren.



“Marta en ik zijn enthousiast om samen te werken met de Hope Movement om de beste immuunondersteunende producten te bieden aan onze meest kwetsbare kinderen. We nodigen jullie allemaal uit naar Mexico om getuige te zijn van het fantastische werk dat we samen doen.”

– **Vicente Fox**
President van Mexico



Ziekenhuizen, kerken en zelfs ondergrondse reddingsoperaties hebben dit platform gebruikt om de genezing in traumatische omstandigheden te ondersteunen. Dit zijn geen theoretische resultaten - het zijn gedocumenteerde transformaties. De gezondheid verbetert. Hoop keert terug. Levens worden gered.

Het begint allemaal met de keuze van een klant om zorg te verlenen - persoonlijke voordelen te krijgen van een product dat ook wordt geleverd aan degenen die het het hardst nodig hebben.

13. Sluit u aan bij de beweging: HopeQuestGlobal.com

Je hebt geen MBA of marketingdiploma nodig. Je hebt alleen een verlangen nodig om iets zinvols te doen. HopeQuestGlobal zorgt voor de systemen, de hulpmiddelen en het mentorschap. Jij brengt jouw stem, jouw verhaal en jouw gemeenschap.

Of je nu op zoek bent naar een fulltime inkomen, aanvullende inkomsten, of een manier om je waarden om te zetten in actie, de Hope Movement verwelkomt je. Het is ontworpen voor de niet-professionele. De introvert. De drukke ouder. De idealist. De realist. Iedereen kan meedoen. Iedereen kan ertoe doen.

Of je nu een team vormt of gewoon winkelt, jouw deelname voedt echte verandering. Social Business 3.0 geeft iedereen een levensreddende rol.



14. Conclusie: Wanneer winst en doel elkaar ontmoeten, worden levens gered

Te lang heeft de wereld gewerkt op basis van een onjuiste aanname: dat we moeten kiezen tussen een verschil maken en onze persoonlijke koninkrijkes financieren. Dat goed doen voor anderen en goed doen voor onszelf in de markteconomie gescheiden sporen zijn. Maar dat zijn ze niet.

Social Business 3.0 bewijst dat doelgerichtheid en productiviteit samen kunnen gaan, dat vrijgevigheid en innovatie op basis van een missie op hetzelfde pad horen.

Dit model is een systeem dat is gebouwd op het idee dat wetenschap, commercie en compassie op één lijn kunnen worden gebracht om te voorzien in een van de meest urgente behoeften van de wereld: ondervoeding. Het is waar doel en winst synergetisch kunnen werken aan elkaars succes.

Centraal staat Acemannan - een wetenschappelijk gevalideerde verbinding die een significante bijdrage levert aan gezondheid en welzijn. Het is meer dan een product; het is een hulpmiddel voor herstel in de handen van verantwoordelijken en medelevenenden. En wanneer het gedeeld wordt via een model dat geeft - en nog meer geeft naarmate het marktbereik groeit - wordt het iets nog groters.

Dus wat maakt dit model geniaal?



Het is geniaal in hoe het bijdraagt aan twee problemen tegelijk: persoonlijk welzijn en wereldwijde ondervoeding - het verbindt ze door middel van een product dat werkt en een systeem dat deelt.

Het is geniaal in hoe het de missie van binnenuit financiert, niet door meer te vragen, maar door een structuur te ontwerpen waarin goed doen is ingebouwd in het bedrijf zelf.

Het is geniaal omdat het duurzaam is. Schaalbaar. Herhaalbaar. En omdat het gewone mensen een rol geeft in een buitengewoon verhaal.

En het is goed. Goed omdat het de meest kwetsbaren dient. Goed omdat het de waardigheid herstelt. Goed omdat het iedereen - op elk niveau - uitnodigt om deel uit te maken van genezing en hoop.

Dit is de genialiteit en de goedheid van Social Business 3.0 - een model dat marketinginnovatie verenigt met compassie, voedingswetenschap met service en zorgzame mensen met een doel.

En dit alles begint met één enkele beslissing: dit is jouw uitnodiging om te handelen.

HopeQuestGlobal.com is jouw startpunt - een plek waar kennis actie wordt, en actie impact. Verken. Leer. Deel. En laat jouw verhaal deel uitmaken van iets veel groters.



En we hopen dat je een leven opbouwt waarin je altijd voorzichtig bent met het onderhouden van goede werken om te voorzien in dringende behoeften en helden wordt voor jouw generatie.

Ik dien het team dat HopeQuestGlobal.com is. Je bent van harte welkom om contact met mij op te nemen via Tony@TonyMcWilliams.com.

Neem contact met mij op en ik zal je in contact brengen met leiders van de Hope Movement in jouw regio.

Als je dat nog niet gedaan hebt, [klik dan hier om lid te worden van onze mailinglijst](#).

* De verklaringen in dit eBook zijn niet geëvalueerd door de Food and Drug Administration. Deze producten zijn niet bedoeld voor diagnose, behandeling, genezing of voorkoming van ziekten.

Over de wetenschappelijke studies: De wetenschap vereenvoudigen. De impact vergroten



De studies en documenten verzameld op HopeQuestGlobal.com tonen de relevantie en effectiviteit van de eigen ingrediënten en moleculen centraal in de Hope Beweging. De belangrijkste onder hen is Acemannan-erkend vanaf het begin als een belangrijke doorbraak in natuurlijke gezondheid en immunologie. De unieke structuur en brede bioactiviteit trok vroege wetenschappelijke belangstelling en opwinding en nog steeds worden bevestigd door tientallen jaren van onderzoek. Hoe meer je te weten komt, hoe meer je misschien de overtuiging van die vroege onderzoekers deelt.

We beweren niet dat we autoriteiten zijn, alleen curatoren. We organiseren bestaand onderzoek om onze gemeenschap krachtiger te maken en het bewijs achter onze productlijn te versterken. Ons doel is niet om te bewijzen, maar om te presenteren - om de wetenschap toegankelijk en zinvol te maken voor mensen die veel om welzijn en preventie geven. Het bewijsmateriaal is overtuigend.

Elk wetenschappelijk onderzoek is vereenvoudigd voor meer duidelijkheid en context. Hoewel de resultaten veelbelovend zijn, vertelt geen enkel onderzoek het hele verhaal. Onderzoek is een reis, een reis die in deze moderne tijd al minstens veertig jaar oud is, en we zijn vastbesloten om zoveel mogelijk te verzamelen en te delen - vooral over Acemannan. Elk onderzoek voegt een waardevol stukje toe aan de puzzel.

Er komen nog meer onderzoeken met getuigenissen uit de eerste hand om te bevestigen hoe dit onderzoek zich vertaalt naar resultaten in de praktijk.

Opmerking: Bij sommige onderzoeken worden proefdieren gebruikt, die naar ons beste weten onder ethische normen zijn uitgevoerd, maar dit kan voor sommige lezers gevoelig liggen.

De Genialiteit en de Goedheid van Social Business 3.0-A Synopsis

De Genialiteit en de Goedheid van Social Business 3.0 introduceert een gedurfd nieuw model waar business en compassie hand in hand gaan. De kern is Acemannan - een wetenschappelijk onderbouwde wellnessmolecule die de traditionele en klinische markten verstoort. Wanneer andere wellnessproducten marginaal voordeel bieden, vertoont Acemannan in zijn gestabiliseerde vorm klinisch waargenomen biologische effecten, waardoor het zich onderscheidt van de typische vrij verkrijgbare supplementen. Bovendien is Acemannan opgenomen in een missie om wereldwijde ondervoeding te bestrijden door middel van dagelijkse aankopen - op authentieke en effectieve wijze gebruikmakend van de kracht van de markt. Dit is geen liefdadigheid. Het is duurzame impact, gevoed door klanten die om ons geven. Ontdek hoe Social Business 3.0 mensen, en niet instellingen, in staat stelt om verandering teweeg te brengen door winst en doel op een schaalbare, geloofwaardige en zeer persoonlijke manier te combineren. Van weeshuizen in Roemenië tot partnerschappen met wereldleiders en uw eigen invloedssfeer, deze beweging bewijst dat het maken van een verschil en het ontvangen van zinvolle beloningen niet langer afzonderlijke doelen zijn, maar nu samenkomen in een enkel, verenigd resultaat. Met inspirerende verhalen, gevalideerde wetenschap en innovatieve strategie laat dit boek zien hoe een enkele beslissing om te geven jouw leven kan veranderen en dat van iemand anders.