

Niet het waarom, maar het hoe van duurzaam ondernemen

Duurzaam ondernemen is typisch iets wat je ofwel serieus moet doen en totaal moet integreren in je bedrijfsstrategie, ofwel je moet er helemaal niet aan beginnen. Het is niet iets dat je er even bij doet, A zeggen en B doen.

Tekst: Francis Herbers

Zoals in het verleden wel gebeurde met de missie en de visie. Dat de top denkt: "Ach, dat staat leuk in het jaarverslag en goed voor de pr en zo". Die vlieger gaat niet meer op met duurzaamheid. Dat is ongeloofwaardig en je krijgt het onvermijdelijk als een boemrang terug in je gezicht. Nee, echt duurzaam ondernemen vergt een totale verandering van mentaliteit binnen je bedrijf. Niet alleen moet er over gesproken worden in het managementteam, het moet in alle lagen van de organisatie volledig doordringen. Dus denk er nog eens over na. Het kost namelijk nogal wat. Het is lastig te meten, het kost tijd, moeite en veel overtuigingskracht richting je medewerkers en je financiële afdeling. Maar als je overtuigd bent van het nut, nee, de noodzaak ervan (zoals ik), dan is Duurzaam Ondernemen een zeer nuttig boek. Omdat het je, weliswaar in nogal wollige taal, precies vertelt hoe je het moet integreren en, belangrijk voor ondernemers, het resultaat kunt meten. Het boek legt uit hoe je de sociale, ecologische en economische gevolgen kunt overzien. En dat is heel nuttig, want vaak onbekend en dat maakt onbemind. Het boek geeft een goede definitie van duurzaamheid: economische groei die aan de behoeften van de huidige generatie tegemoet komt zonder de behoeften van toekomstige generaties in gevaar te brengen.

"Het boek legt uit hoe je de sociale, ecologische en economische gevolgen kunt overzien"

Het boek leest echter niet gemakkelijk. Het is bedoeld voor algemeen directeurs, financieel directeurs en, uiteraard duurzaamheidsmanagers. Volgens de auteur inmiddels werkzaam bij de meeste grote bedrijven. Maar de theorie is taai en staat vol scrabblewoorden als 'duurzaamheidsprestatiebeloning'. Wel leuk en leesbaar zijn de vele voorbeelden van bestaande grote bedrijven, hoe zij duurzaamheid doorgevoerd hebben

MARC J. EPSTEIN

DUURZAAM ONDERNEMEN



Hoe het werkt en hoe je het kunt meten

in hun bedrijf en wat dat inhoudt. Het zijn de groten der aarde: McDonald's, Coca-Cola, Unilever, ABN-AMRO, Chiquita en Wal-Mart. De boodschap is: geen bedrijf te groot of het onderneemt wel duurzaam. Als zelfs zulke grote bedrijven (Wal-Mart is de grootste detailhandelaar ter wereld) het voor elkaar krijgen een duurzaam beleid te voeren, is er geen excuus meer voor alle andere ondernemingen ter wereld. Aan de bak dus, zegt het boek. De schrijver gaat er wel vanuit dat hij de lezer niet meer hoeft te overtuigen van het waarom van duurzaam ondernemen. Ook het antwoord op de typische ondernemersvraag "what's in it for me", staat er niet in. Maar als je al zo ver bent, en ik denk dat we zo ver zijn in de wereld, dan is het een gedegen handboek hoe je van duurzaam ondernemen echt werk kunt maken.

Duurzaam Ondernemen
Hoe het werkt, en hoe je het kunt meten

Auteur: Marc J. Epstein
Paperback: 354 pagina's. Academic Service, november 2008.

©2009 Francis Herbers bespreekt voor *Hét Zaken Nieuws* in elke editie een managementboek. Francis heeft een eigen communicatiebureau en helpt bedrijven klantgericht te communiceren met als doel bestaande klanten aan zich te binden en gemakkelijk nieuwe klanten te vinden. Kijk voor meer informatie op haar website: www.doelgerichtcommuniceren.nl. Francis@Herbers.com

Duurzaam ondernemen, da's pas innovatie!



Francis Herbers

In het boek *Duurzaam ondernemen dat ik hiernaast bespreek*, staan mooie voorbeelden uit de duurzaamheidspraktijk. Eén van die voorbeelden, van Wal-Mart, is indrukwekkend vanwege de grote cijfers. Zo lang zelfs de grootste detailhandelaar ter wereld het belang van duurzaam ondernemen inziet, is er nog hoop.

Wal-Mart krijgt al jaren de volle lading over zich heen. Hun bedrijfsstrategie was altijd: de consument tegen de laagst mogelijke prijzen producten aanbieden. Critici beweerden dat ze dit alleen konden waarmaken ten koste van hun personeel, hun leveranciers en het milieu. Het was de grootste privégebruiker van energie in Amerika en bezat het op één na grootste wagenpark van Amerika. Toen kreeg Wal-Mart door dat zij, samen met hun netwerk van zestigduizend toeleveranciers, een substantieel effect op duurzaamheid zouden kunnen hebben. Ze maakten er serieus werk van. Nu is Wal-Mart de grootste verkoper van biologische melk en van biologisch geteelde katoen. Algemeen directeur Lee Scott: "Alles is nu anders. We zijn het idee ontgroeid dat iedereen die kritiek op ons heeft, een verborgen motief heeft om je onderuit te halen."

"Hoe mooi zou de wereld er voor onze kinderen hebben uitgezien?"

Banken vinden dat zij het zwaar hebben gehad. Onlangs nog, ging er zelfs een Nederlandse bank failliet. Er is door de minister met miljarden gestrooid. Met miljarden! Alsof het tientjes waren. Als die banken nou wat eerder aan duurzaam ondernemen waren begonnen, hadden ze geen miljarden staatssteun hoeven krijgen. En konden al die miljarden besteed worden aan het duurzamer maken van de overheid, of aan subsidies voor bedrijven om duurzaam ondernemen te stimuleren. Of aan het uit de modder trekken van arme economieën, die dan voor ons weer een duurzame afzetmarkten hadden kunnen zijn. Hoe mooi zou de wereld er voor onze kinderen hebben uitgezien? Maar het allergekste is nog wel, dat als de banken al dat geld niet hadden gekregen, er van al die mooie dromen ook niks terecht was gekomen, of ben ik nu te pessimistisch?

Onderneemt u ook voor toekomstige generaties? Nog niet? Tip: lees het boek en wie weet komt het nog goed met de wereld!

Groet, Francis