

Van min naar nul naar plus: naar een economie met positieve impact



*Openingspeech Marga Hoek op het Jaarcongres 5 jaar De Groene Zaak
12 februari 2015*

De wereld snakt naar een nieuwe economie. Een economie die de wereld dient. Een economie die niet een handjevol mensen welvaart biedt, maar zoveel mogelijk mensen. Die nieuwe economie is 'duurzaam'. Daarmee bedoel ik een economie die onze bronnen voor welvaart op waarde houdt – nu en tot in de lengte der dagen. Vanuit bedrijfsmatig oogpunt betekent dit we onze sociale en ecologische activa minimaal op dezelfde waarde zullen moeten handhaven. Maar ik leg de lat hoger: we dienen sociale en ecologische waarde toe te voegen, want in de loop der tijd hebben we die ecologische en sociale bronnen voor welvaart flink in de rode cijfers geschreven.

Door de globalisering van onze kennis en daarmee de sterk toegenomen transparantie is de wereld, zoals McLuhan ooit zei, echt een 'global village' geworden. Dat heeft ons mondiaal inzicht en overzicht gegeven, en daarmee direct een grotere verantwoordelijkheid. Want kennis impliceert immers de verantwoordelijkheid daarnaar ook te handelen. Temeer daar we de afgelopen jaren de contrasten tussen verbruik enerzijds en enorme schaarste anderzijds wereldwijd hebben zien toenemen.

Een paar simpele, maar heldere voorbeelden. We verbruiken met de huidige economische productiewijze 2700 liter water voor de productie van één simpel T-shirt, terwijl tegelijkertijd 6000 mensen per dag sterven door gebrek aan schoon drinkwater. Bijna de helft van al het geproduceerde voedsel wordt niet geconsumeerd, terwijl er 925 miljoen mensen elke dag met honger gaan slapen en 12% van de mensen op aarde chronisch honger heeft. 1% van de mensen heeft 99% van de rijkdom in handen maar voegt weinig toe aan de welvaart, terwijl 1,5 miljard mensen in meervoudige armoede leven en nog eens 800 miljoen mensen net boven de armoedegrens. We stevenen af op ruim méér dan de voorspelde 2% temperatuurstijging als we het schip niet nu keren, terwijl de technieken om dat te voorkomen er gewoon zijn. En dat alles binnen één 'global village'.

Glocalisering zonder grenzen: oude schaalniveaus vervallen

We hebben dus een nieuwe economie nodig. Maar onze economie laat zich lastig in zijn fundamenten herzien. Deze fundamenten zijn immers lang de bron van onze welvaart geweest. Althans: dat dachten we – en velen denken het nog steeds. De belangen om vast te houden aan het bestaande zijn onverminderd groot. En de macht van diegenen die willen vasthouden aan het bestaande is helaas ook nog steeds aanzienlijk. En dus leeft de oude economie nog door, bijvoorbeeld ons belastingstelsel.

Tegelijkertijd voltrekt zich onder de oppervlakte wel degelijk een omslag. Bijvoorbeeld ten aanzien van de aloude schaalniveaus als 'landen' en 'sectoren'. Ooit de graadmeter van de economie waarbij de productie de meetlat was voor het succes ervan. Die schaalniveaus worden in praktijk al niet meer gebruikt of zijn niet meer toepasbaar. Globalisering en localisering (samen vormen ze een globale economie) trekken zich bijvoorbeeld niets van landsgrenzen aan. Ook sectorgrenzen vervagen in de omslag naar de nieuwe economie en



zijn, gegeven het integrale karakter van de nieuwe economie, in wezen niet meer relevant. Het gaat immers om het samenspel tussen sectoren. Het zijn veeleer de steden (smart cities) en wijken die de motor van de economie worden; de aloude regio's krijgen daardoor qua sturing een heel andere betekenis. Niet voor niets stelt Herman Wijffels dat de economie van de toekomst (en eigenlijk al in die van het heden) drie schaalniveaus zal kennen: het wijkniveau, het continentale en het wereldniveau. Dit leidt bij mensen en ondernemers die groot geworden zijn in de oude economie met haar traditionele schaalniveaus tot verwarring.

Systeemverandering voor een bestendige economie

Maar ook al zien we de nieuwe economie zich manifesteren in nieuwe schaalniveaus, voor een echte, wereldwijde rigoureuze systeemverandering is meer nodig. En die rigoureuze systeemverandering moet er komen: of we nu politici, wetenschapper of ondernemer zijn, met de kennis van vandaag valt uitstel ervan op geen enkele wijze meer te rechtvaardigen. Gelukkig dringt dat besef inmiddels breed door. Inmiddels is het niet langer 'politiek incorrect' om te stellen dat belastingen waardecreatie moeten ontzien en waardedevaluatie juist moeten belasten. Ofwel dat grondstoffen en vervuiling (sterker) geprijsd moeten worden en arbeid juist niet. Het is niet langer omstreden te stellen dat de waardering van zowel bedrijven als ons BNP een weerslag moet zijn van niet alleen de financiële, maar ook de sociale en ecologische waarde-ontwikkeling. Eenvoudigweg omdat we immers dáár op willen sturen en daarin ook de enige juiste definitie van de economie besloten ligt. Ook op global platforms als het World Economic Forum is dit inmiddels door tal van leiders uitgesproken. Rapporten van de Wereldbank, het IMF, de OECD en The New Climate Economy Report laten bovendien zien dat de overgang naar een toekomstbestendige economie nu al vruchten afwerpt.

Maar laten we ook eens dichterbij kijken, naar onze eigen De Groene Zaak. Vijf jaar geleden waren we ons vooral bewust van de noodzaak onze ecologische footprint terug te brengen en zochten we samenwerking met overheid en politiek om het beleid zodanig te veranderen dat er een level playing field ontstond. Daardoor zouden bedrijven die hun footprint omlaag brachten immers betere kansen krijgen en consumenten een prijstechnisch gelijk, maar duurzaam alternatief. Vandaag erkennen we dat het gaat om holistische waardecreatie, waarbij we zelf onze business principles aanpassen en zelf zowel sociaal als ecologisch onze verantwoordelijkheid nemen. We laten ons niet langer beperken door oude grenzen, gebruiken en beleid. We realiseren ons dat zakendoen in een 'houdbare economie' die verantwoordelijkheid voor sociale en ecologische waarde als vanzelf vraagt.

In de vijf jaar dat De Groene Zaak actief is, veranderde onze visie op wat een echt duurzame economie is. Natuurlijk is het behoud van de waarde van onze activa de juiste oriëntatie. Maar de feiten en cijfers die ik aan het begin van deze speech noemde, laten zien dat we geen genoeg kunnen nemen met een beperking van onze footprint. Zelfs als we voorbijgaan aan de morele aspecten van dit vraagstuk, dan nog is een nieuwe oriëntatie op de economie en de samenleving onontkoombaar. Het huidige systeem is namelijk in zichzelf instabiel. De instabiliteit van dit wankele systeem is als een toren waarvan iedere steen die afbrokkelt een nieuwe crisis veroorzaakt.



Bedrijven zijn hefboom naar nieuwe economie

Bedrijven zijn, in deze tijd van verandering, de hefboom naar de nieuwe economie. Dat doen ze door in hun business model simpelweg uit te gaan van die nieuwe economie. Door letterlijk in hun waardering te laten zien dat zij sturen op waardecreatie op de eerder genoemde meervoudige activa. Ze doen dat in de overtuiging dat dit leidt tot méér continuïteit en dat maatschappelijke opgaven en bedrijfsrendement uiteindelijk samengaan. Die nieuwe oriëntatie is voor bedrijven een ontdekkingsreis en ik zie de voorloperbedrijven van De Groene Zaak dan ook letterlijk als ontdekkingsreizigers van de nieuwe wereld. De afgelopen vijf jaar is – gelukkig – een enorme reis afgelegd. Veel van die groene ondernemers gingen op reis met de economische en morele ambitie om de schade aan aarde en mensen met hun business te verkleinen, een kleinere footprint. Ik heb een groot aantal de ontwikkeling zien maken naar de zogeheten Mission Zero. De aarde en de mensen mogen door hun business beslist niet slechter worden. Niet in een beperkt deel van de business – ondernemingen kunnen immers met groot enthousiasme een prachtige groene etalage inrichten – nee, integrale verduurzaming van de hele portfolio, alle producten en diensten, is het doel.

Mission Zero geeft ons uitzicht op een volgende horizon. We hebben een ambitieuzer einddoel voor ogen, namelijk het realiseren van een positieve impact. Ondernemers nemen zich voor om met hun bedrijf een bijdrage te leveren aan een wereld die stap voor stap beter wordt. Een bedrijf dat een positieve impact realiseert, realiseert maatschappelijke meerwaarde. Dat maakt het maatschappelijk gezien van belang om zo'n bedrijf te laten groeien. Ik zie bedrijven dat steeds vaker samen met anderen doen. Natuurlijk is die nieuwe missie, die nieuwe horizon niet van vandaag op morgen bereikt en het gaat er niet om dat het allemaal nu al lukt. Was het maar zo makkelijk. Het gaat erom dat we dat positieve doel voor ogen hebben en houden. Het is een positief doel dat in essentie zo bij ondernemers past. Ondernemers zijn goed in het nastreven en realiseren van idealen.

Een aantal bedrijven lukt dit al en van hen kunnen we weer leren, kennis delen, elkaar inspireren. Interface is daar een mooi voorbeeld van. Deze tapijtfabrikant won een prachtige EU-prijs met haar initiatief om afgedankte visnetten waarde te geven door ze als grondstof voor nieuwe tapijttegels te gebruiken. Daarvoor werden die netten door arme vissers in de Filipijnen als afval in zee afgezonken, waar ze vervolgens het koraal aantastten.

Meervoudige waardecreatie: ecologische winst, economische winst, sociale winst. Prachtig. Maar denk ook aan de combinatie van bouwbedrijf Heijmans en kunstenaar Daan Roosegaarde, die samen laten zien dat energie schoonheid heeft en culturele waarde creëert. Toen ik bezig was met mijn boek prentte Arnold Heertje mij in dat de nieuwe economie in essentie gaat om het verbeteren van het bestaande en dat de ultieme uitdaging is dat alle economische activiteiten waarde toevoegen. Dat zie ik terug als Heijmans geluidsschermen ontwikkelt waarin zonnepanelen zijn geïntegreerd zodat wegen en straks zelfs hele steden energie opwekken. Ik zie dat terug in de 'smog-etende' gevel die in Mexico is ontwikkeld. Die is bedekt met titaandioxide, een materiaal dat gifstoffen afbreekt. Volgens de ontwerpers kan de gevel per dag de uitlaatgassen van duizend auto's oplossen. En ik zie het – last but not least – terug bij Boyan Slat, die met zijn 20 jaar de jongste champion-of-the-earth prijswinnaar ooit is. Zijn drijfveer beschreef hij als volgt: "Als je tegen mensen zegt dat ze minder plastic moeten gebruiken, dan moet je ze vervolgens niet het uitzichtloze idee geven dat wat al in de oceaan drijft, daar voor altijd blijft liggen." Hij ontwikkelde een idee om de plastic soep in de zee op te ruimen. De rest van het verhaal kent u.



Transformatieve trends

Inmiddels zien de meeste duurzame bedrijven dat een aantal transformatieve trends ze de wind in de zeilen geeft en disruptieve oplossingen binnen handbereik brengen, oplossingen die sectoren in een keer fundamenteel kunnen veranderen. Het zijn de digitalisering en technologische innovaties, gecombineerd met veranderende waarden – nu al zichtbaar onder vooral jongeren – die een enorme versnelling mogelijk maken. Een fraai voorbeeld hiervan is het bedrijf Flowid. Met de ontwikkeling van een procestechnologie die decentraal produceren dichterbij brengt, energie en waterverbruik met meer dan 90% terugbrengt en de veiligheid drastisch verbetert won dit jonge bedrijf afgelopen jaar de Herman Wijffels prijs. De kracht van dit type jonge bedrijven zit hem in het vermogen los te komen van bestaande conventies en processen volledig opnieuw te ontwerpen.

De transformatieve trends impliceren ook dat veel sectoren zichzelf echt opnieuw zullen moeten uitvinden en daarbij ook van een andere consument en burger uit moeten gaan. Burgers zijn namelijk actief en volwaardig onderdeel geworden van de nieuwe economie en bepalen zelf steeds vaker wat het aanbod moet zijn. Het faciliteren van die burgers moet het doel van bedrijven in die nieuwe economie zijn – sterker: het is nu al de dominante drijfveer van de inmiddels meer dan 500 energiecoöperaties. En vergelijkbare burgercoöperaties zien we inmiddels in de zorg, het onderwijs, pensioenen en banken. En wat wil een toekomstgericht bedrijf nog meer dan actieve burgers? Die hebben we nodig om positieve impact te realiseren. Zij bieden ons kansen om waarde te creëren!

Waardering: sociale, ecologische en financiële waarde op de balans

We zijn op een punt gekomen dat bedrijven, zowel hier in Nederland als in de rest van de wereld, de waardecreatie letterlijk in beeld brengen. Ze herzien zelf van binnenuit de economische regels, door in hun waardering (valuation) zichtbaar en meetbaar te maken welke sociale en ecologische waarde ze realiseren - met een 'plus', een positieve impact, als doel. Zo bracht Puma enkele jaren geleden in beeld met hoeveel de bedrijfswinst eigenlijk verminderd zou moeten omdat de 'externe schade' (zoals dat toen nog heette) niet was verrekend. Datzelfde Puma is nu bezig om naast deze Ecological Profit & Loss (EP&L) ook de Social Profit & Loss (SP&L) in kaart te brengen. Dat is niet alleen een boekhoudkundige exercitie; de firma gebruikt deze berekeningen als input in de ontwikkeling van nieuwe producten en aanpassing van de productieketens, met als ultiem doel om ecologische en sociale profit te realiseren.

Ook in Nederland zet de verbreding van de economische basis – van louter financieel naar ecologisch, sociaal en financieel – door. Bedrijven als de Nederlandse Spoorwegen, Vebego en US People maken in samenwerking met EY en KPMG de door hen gecreëerde sociale waarde concreet.

En daarmee ben ik terug bij de nieuwe economie. Want micro loopt voor op macro. Op bedrijfsniveau laten we zien dat het nieuwe systeem mogelijk is. Niet op papier, maar door het te doen. En laat mij u vertellen: het werkt en het helpt.

Bedrijven zetten de koers uit. Dat bleek andermaal tijdens het World Economic Forum, afgelopen januari in Davos. Enerzijds doordat ze laten zien dat de inzet van bedrijven van het grootste belang is als de wereld eind dit jaar in Parijs een nieuw klimaatakkoord probeert te sluiten. Omgekeerd hebben bedrijven belang bij een klimaatakkoord met concrete doelen die hun helpen bij het realiseren van positieve klimaatimpact.

Een internationaal beweging van bedrijven – groot én klein – neemt het voortouw. Ze



formuleren de antwoorden waartoe overheden niet in staat zijn gebleken. Paul Polman, topman van Unilever, riep alle bedrijven op hun commitment te tonen: “We have to give it all, this year,” zei hij in Davos. Hij ziet een ‘coalition of the willing’ ontstaan die groter is dan de bedrijven die de verandering traineren. En aldus dwingen we het kantelpunt af.

De samenwerking tussen bedrijven én met andere organisaties met het positieve einddoel voor ogen, is cruciaal op weg naar de nieuwe economie. Samenwerken met partijen in Nederland, in Europa en de rest van de wereld. De Groene Zaak werkt samen met de World Business Council for Sustainable Development en Greenpeace internationaal, om op weg naar Parijs een zo groot mogelijke groep bedrijven op hetzelfde positieve doel te verenigen. De onderlinge verschillen zijn op dit moment in de tijd van ondergeschikt belang, het doel is wat telt in dit jaar van de waarheid.

Binnen Nederland werken we samen met MVO Nederland, Het Groene Brein, Circle Economy, het ministerie van Infrastructuur en Milieu en enkele andere partijen in de RACE-coalitie, waarin we de krachten bundelen om de ontwikkeling naar de circulaire economie te versnellen. En afgelopen weken hebben we intensief samengewerkt met VNO/NCW, MKB-Nederland, Nevi, Social Enterprise en MVO Nederland om duurzaam inkopen weer op de politieke en bestuurlijke agenda te krijgen. We praten niet over de verschillen, we praten en handelen voor een gemeenschappelijk doel. En met resultaat. Want, laten we wel zijn, Nederland, Europa en zelfs de wereld is te klein en het doel te belangrijk voor versnippering.

Ondernemen om de wereld te dienen

Na vijf jaar werken in De Groene Zaak voel ik meer dan ooit een diepgewortelde trots ondernemer te zijn. Die trots deel ik met onze partners. Ik ervaar hun volharding, hun inspirerende visie, innovativiteit en creativiteit. Ik zie kansen en toekomst voor Nederlandse ondernemers in de nieuwe economie, voor onze thuishmarkt en – als het aan mij ligt – voor de internationalisering van onze gezamenlijke onderneming. Want de wereld heeft ondernemers nodig die de wereld dienen. Het is wat positieve impact in essentie is. Dat is op dit moment nog bijzonder en daardoor we zien een enorme opkomst van deze verbijzonderingen met onderscheidende benamingen als B-corps, social enterprise, future business enzovoorts. Dat is nu functioneel en nodig. Maar mijn diepste missie en wens is dat ‘business with a purpose’ de norm wordt. Dat is de toekomst van het bedrijfsleven. Daarmee kunnen wij politiek, overheid en alle andere stakeholders om ons heen concreet laten zien wat die nieuwe economie is. Want ondernemers zijn degenen die dromen en idealen realiseren.

2015 kan het eerste jaar van de nieuwe economie worden, van de echte systeemverandering. Een jaar waarin we iedereen laten zien dat arbeid waardecreatie is, want werkgelegenheid hebben we bitter hard nodig in deze wereld, niet alleen economisch maar ook in het kader van sociale zingeving en cohesie. Het maakt onze samenleving robuuster en doet recht aan mensen. 2015 wordt een jaar waarin – als het aan mij en de partners van De Groene Zaak ligt – energie- en grondstoffenverbruik en vervuiling zwaarder belast worden. Verlies van waarde moet gewoon niet meer kunnen zonder daarvoor de prijs te betalen.

‘Business with a purpose’, met positieve impact, is ‘a purpose for the world’. U kunt geen mooier doel hebben als ondernemer!

