

**milieu****Zie duurzaam ondernemen als kans**

***Bedrijven doen al veel aan duurzaam ondernemen, maar nog niet genoeg. De enorme economische groei van de wereldeconomie maakt actie op dit punt ook noodzakelijk. Er zijn nog veel mogelijkheden, stelde prof. dr. Jacqueline Cramer maandagmiddag in haar oratie bij de officiële aanvaarding van haar hoogleraarschap aan de Universiteit Utrecht.***

Duurzaam ondernemen is binnen het bedrijfsleven snel ingeburgerd geraakt. Maar de inspanningen op dit gebied zijn eerder een stap dan een sprong in de goede richting. Duurzaam ondernemen heeft tot nu toe vooral in het teken gestaan van het behoud van een goede reputatie en het afwenden van risico's. Het zou echter gezien moeten worden als kans. Zo zou het Nederlandse bedrijfsleven zijn concurrentiepositie op de wereldmarkt kunnen versterken en voorloper kunnen worden op het terrein van duurzame ontwikkeling.

Dit pleidooi zie ik ook verwoord in verkiezingsprogramma's, maar in te algemene termen. Een volgend kabinet moet concrete beleidsmaatregelen durven en willen nemen om het proces van duurzaam ondernemen binnen het bedrijfsleven op een hoger plan te helpen tillen.

Want het streven naar duurzame ontwikkeling is een van de grootste opgaven in de 21e eeuw. Naar verwachting zal de wereldbevolking de komende veertig tot vijftig jaar verdubbelen. In dezelfde periode zal de welvaart verviervoudigen. Als we doorgaan op het huidige pad zal de te verwachten economische groei enorme ecologische én sociale consequenties hebben. De klimaatsverandering, afname van biodiversiteit en milieuvervuiling zullen nog ernstiger vormen aannemen dan nu al het geval is.

**Agenda**

Het bedrijfsleven kan een sleutelrol vervullen in het tot stand brengen van duurzame ontwikkeling. Inspanningen in dit kader vinden tegenwoordig plaats onder de vlag van duurzaam ondernemen. Het thema duurzaam ondernemen is opmerkelijk snel door het bedrijfsleven omarmd. Sla maar een willekeurig toonaangevend tijdschrift open, zoals The Economist, en je wordt onmiddellijk geconfronteerd met bedrijfsadvertenties die ambities over duurzaam ondernemen uitstralen. Vooral in Europa, de Verenigde Staten en Canada, maar geleidelijk aan ook in landen in Azië en Zuid-Amerika komt het thema op de managementagenda te staan.

Wat duurzaam ondernemen in principe inhoudt is zo langzamerhand genoegzaam bekend bij bedrijven. Maar waar ze momenteel de meeste moeite mee hebben, is het creëren van draagvlak voor de te leveren inspanningen binnen hun eigen bedrijf, in hun productketen(s) en in andere samenwerkingsverbanden.

De ervaring leert dat een belangrijk deel van de energie juist gaat zitten in het op gang brengen van dergelijke veranderingsprocessen richting duurzaam ondernemen. Het kost immers onderlinge afstemming, tact en leiderschap op verschillende niveaus binnen en tussen organisaties om mensen voor duurzaam ondernemen te motiveren. Bovendien vergt het een benadering die niet louter gebaseerd is op het integreren van duurzaam ondernemen in bestaande managements- en kwaliteitssystemen. Het gaat er ook om een proces van verandering in gang te zetten dat leidt tot vernieuwing van bestaande processen, producten en diensten in de richting van sprongen in duurzame ontwikkeling.

### **Veel mogelijkheden**

Daarbij gaat het om het vinden van oplossingsmogelijkheden die zowel aan ecologische en sociale doelen tegemoetkomen alsook economische kansen bieden. Het Nederlandse bedrijfsleven is bij uitstek geëquipeerd om dit te doen.

Technisch gezien hebben we in Nederland op allerlei gebieden deskundigheid ontwikkeld om bijvoorbeeld veel spaarzamer om te gaan met energie en grondstoffen en tegelijkertijd bij te dragen aan verhoging van welvaart en welzijn. Er bestaan al energieleverende tuinbouwkassen, nulenergiewoningen, producten van hernieuwbare grondstoffen, waterbesparende apparatuur en ga zo maar door. En de technologische mogelijkheden zijn nog lang niet uitgeput.

De kunst is vooral om deze duurzame technologieën op de markt te krijgen, niet alleen in Nederland maar wereldwijd. Op die manier zou het Nederlandse bedrijfsleven zijn concurrentiepositie op de wereldmarkt kunnen versterken en tegelijkertijd een voorloper worden op het gebied van duurzame ontwikkeling. De opkomende markten, zoals China, India, Brazilië en de voormalige Sovjet-Unie, hebben grote behoefte aan duurzame technologie, maar zijn nog niet in staat om alles zelf te ontwikkelen.

### **Armen**

Gezien hun razendsnelle groeitempo komt die technologie juist daar enorm goed van pas. Dergelijke nieuwe technologie zou zich niet alleen moeten richten op het verbeteren van de positie van mensen in de top van de economische piramide, maar vooral ook op het bestrijden van armoede onder mensen aan de basis van de piramide: de allerarmsten.

Volgens managementdeskundige Prahalad liggen er aan de onderkant van de bestedingspiramide grote marktkansen. Door producten op de markt te brengen die aansluiten bij de behoeftes en mogelijkheden van de allerarmsten kunnen hun bestaansmogelijkheden aanzienlijk verbeterd worden. Voorbeelden hiervan uit India zijn: het maken van producten die bepaalde ziekten helpen te bestrijden (toevoeging van jodium aan zout ter voorkoming van mentale gebreken) of het leveren van medische diensten op een kostenefficiënte wijze.

Deze innovatieve aanpak gaat uit van duurzaam ondernemen als kans in plaats van als bedreiging. Dat is de richting waarin duurzaam ondernemen zich binnen het bedrijfsleven zou moeten ontwikkelen.

De auteur is sinds 2005 hoogleraar duurzaam ondernemen aan de faculteit geowetenschappen van de Universiteit Utrecht, is directeur van "Sustainable Entrepreneurship; strategy and innovation consulting" en adviseert in dat kader het bedrijfsleven op het gebied van duurzaam ondernemen.

Bron: Reformatorisch Dagblad