

Daadkracht voor een betere wereld

 www.oneworld.nl/business/partnerships/daadkracht-voor-een-betere-wereld

Willem Lageweg, directeur MVO Nederland blikt tevreden terug tijdens de start van het Nieuwjaarsevent 2016 van MVO Nederland: 2015 bracht een definitieve duurzame doorbraak. Het Klimaatakkoord van Parijs, de kersverse Sustainable Development Goals, de groene Encycliciek van de Paus en de Nederlandse Klimaatzaak zijn getuigen van een echt veranderende houding ten aanzien van duurzaamheid. En dat mag gevierd worden. Het Nieuwjaarsevent 2016 van MVO Nederland in de grootse Rijtuigenloods van Amersfoort is dan ook een feest. Hier laat ondernemend Nederland voor een publiek van ruim 1000 mensen z'n daadkracht voor een circulaire economie zien.

Achtergrond –

Op speelse wijze legt gespreksleider Rens de Jong het vuur aan de schenen van Tesla, Ricoh, de [inkopers van de rijksoverheid](#), de NS, [ING](#), [ABN Amro](#) en de [Rabobank](#). Zij hebben in 2015 grootse stappen genomen in het verduurzamen van hun bedrijven. Net als de zorgsector en de betonsector. Samenwerken in de keten is geen hogere wiskunde. En toch keren dezelfde dilemma's en valkuilen steeds terug. Zeker als je samenwerkt met partijen uit hele andere sectoren. Men toont zich realistisch en positief: de circulaire economie vraagt om een andere houding en nieuwe verdienmodellen. Aan het eind van de streep moeten de cijfers kloppen. Een bedrijf is geen goed doel.

Goede doelen voor de PEOPLE kant van MVO

Het valt me op dat goede doelen of maatschappelijke organisaties – buiten MVO Nederland – niet erg zichtbaar zijn op dit event. Slechts enkele organisaties zijn vertegenwoordigd middels hun corporate partnership manager, zoals Barbara Feres van Plan Nederland, Erik Heijdelberg van Cordaid en Frank Asser van het Nederlandse Rode Kruis. Die geven aan dat bedrijven zich inderdaad meer en meer inzetten voor de PLANET kant van duurzaamheid, al dan niet in samenwerking met maatschappelijke organisaties. Voor de PEOPLE kant van MVO-beleid zijn bedrijven meestal een minder logische trekker van verandering. Daar nemen de maatschappelijke organisaties vaker het initiatief.

Zoals bij het partnerschap tussen [Plan Nederland](#) en [TUI](#). Zij sloegen hun handen ineen voor preventie van kinderseksuisme in Brazilië. TUI bracht haar politieke, zakelijke en publicitaire invloed in en Plan deelde haar kennis van de doelgroep en lokale netwerk van organisaties. Zo werkte elke partij vanuit de eigen kracht. De complementariteit van de beide organisaties was de belangrijkste succesfactor.

Een goed doel is geen bedrijf

Er is echt wat veranderd in de afgelopen tien jaar. Bedrijven zijn bewuster van hun impact op de samenleving en milieu. En maatschappelijke organisaties zien in dat een goed verdienmodel bij kan dragen aan de duurzaamheid van een oplossing. En zo raken beide sectoren een beetje door elkaar besmet. De overheid gaat nog een stap verder en zet ondernemerschap in als ontwikkelingsstrategie. De nieuwe 'calls' van het ministerie draaien om het stimuleren van ondernemerschap: om migratie tegen te gaan, om empowerment van vrouwen te bewerkstelligen, om banen te creëren. Er zit wel een risico in deze ontwikkelingsstrategie. Niet alle maatschappelijke vragen zijn aan te pakken met een sluitende business case. En lang niet iedereen is een ondernemer. De kracht van samenwerking tussen NGOs en bedrijven zit 'm in hun complementariteit, niet in elkaars kunstje nadoen.

Radicale transformatie

Een paar dagen later schuif ik aan bij de Kick Off bijeenkomst van de [Global Goals Charter](#). Hier gaat het erom een brede maatschappelijke agenda te vormen voor het behalen van de Sustainable Development Goals. De

ontwikkelingssector is hier wel zichtbaar vertegenwoordigd, al is het alleen al door het pleidooi van Bart Romijn (directeur Partos) voor [beleidscoherentie](#). [Peter Bakker](#) (World Business Council for Sustainable Development) wijst in deze bijeenkomst op de urgentie van de gezamenlijke en geïntegreerde aanpak van de Sustainable Development Goals. Daarin zijn de agenda's voor duurzaamheid en armoedebestrijding samengevat in 17 doelen. Alleen als we de beide agenda's gezamenlijk aanpakken kunnen we volgens hem verschil maken voor een betere duurzame wereld binnen de grenzen van de planeet. Radicale transformatie is hoognodig, aldus Bakker. Neem het probleem van voedselverspilling. Dat is vanuit duurzaamheid een groot issue. Daardoor alleen al wordt jaarlijks 750 miljard dollar en 3 x de hoeveelheid water uit het Meer van Genève verspild. Daarnaast staat het ijskoude cijfer van kindersterfte door honger: elke zes secondes sterft één kind de hongerdood. Gezamenlijke actie is nodig om de voedselverspilling aan te pakken en zo verschil te maken op voedselzekerheid.

Hoe doe je dat?

De beide hierboven genoemde bijeenkomsten gingen vooral in op het belang van samenwerken. En daarover zijn we het behoorlijk eens: samenwerken met alle stakeholders in de keten is van cruciaal belang om te komen tot de radicale verandering die nodig is om binnen de grenzen van de planeet te blijven. De grootste uitdaging ligt hem nu in het hoe van samenwerken. Hoe doe je dat effectief en succesvol? Wilma Roozenboom interviewde zeven mensen uit de praktijk van samenwerken tussen bedrijven en NGOs. Hun verhalen legde ze vast in het boek '[Een bedrijf is geen goed doel](#)' en vatte ze samen in zeven tegeltjeswijsheden. Zoals: houd het simpel, durf te vragen, zorg voor de goede mensen, gewoon beginnen en succes vieren. Mooie adviezen waarmee je aan het werk kan in de praktijk. Wij zijn benieuwd naar jouw vragen, tips, verhalen. En we delen onze ervaring, verhalen en tips graag met je. Hou deze site in de gaten voor de volgende tips.

Wilma Roozenboom, www.eenbedrijfsgeengedoel.nl
Machtelt Oudenhuijzen [@machteltweet](https://twitter.com/machteltweet), www.crosswiseworks.nl