

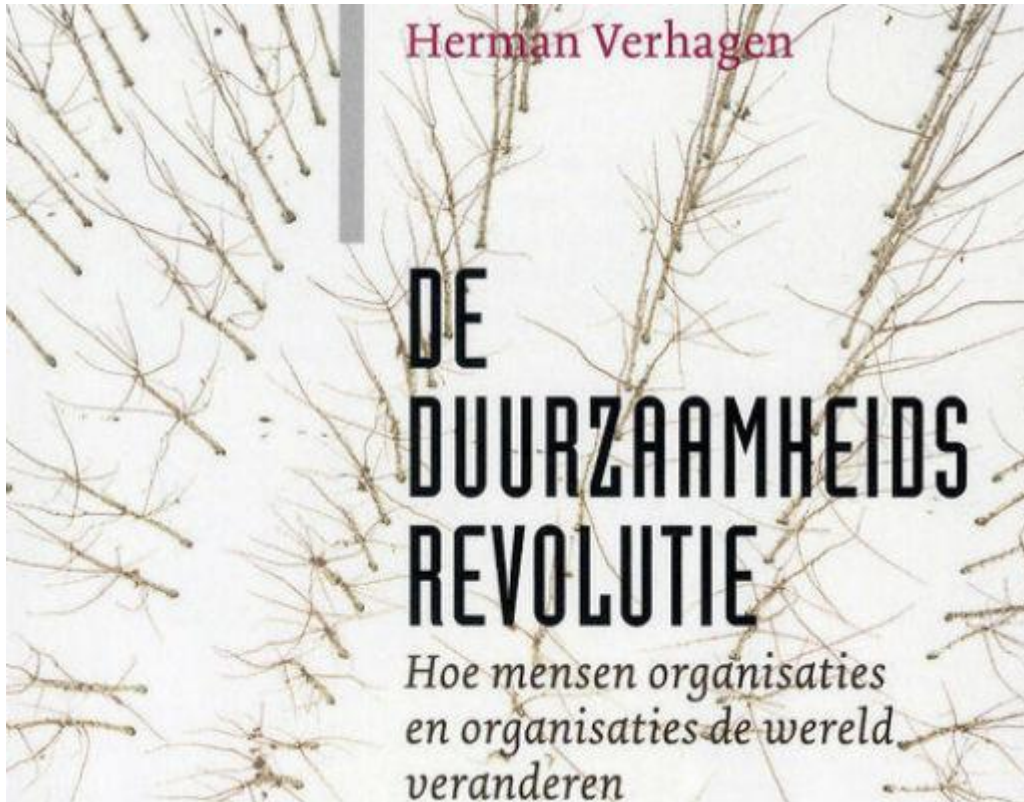


duurzaamplus.nl

zelfstandig, onafhankelijk en ter zake

In de duurzaamheidsrevolutie gaat het nu om realisme, geen idealisme

Door [Désirée Crommelin](#), 13/09/2011



IN ZIJN BOEK [DE DUURZAAMHEIDSREVOLUTIE](#), GAAT DE AUTEUR [HERMAN VERHAGEN](#) UIT VAN [REALISME](#), [GEEN IDEALISME](#) in deze ingrijpende maatschappelijke transitie. “We leven in een verandering van tijdperken en niet zoals vaak wordt verzocht, in een tijdperk van verandering.” Het gaat voortaan om het Goede Leven oftewel Duurzaamheid in ons dagelijks leven, thuis en op het werk. “Voor bedrijven betekent dit een verschuiving van ‘goed doen mits het winstgevend is’ naar ‘het goede winstgevend maken’.” In zijn analyses en sprekende voorbeelden laat de auteur zien dat duurzaamheid niet langer de strijd is tussen idealistische ngo’s en bedrijven. “Dat is twintigste eeuw!”

Duurzaamheidsrevolutie eist toekomstbestendig beleid

Multinationals zien steeds vaker duurzaamheid als de enige echte overlevingsstrategie in deze wereld. De toenemende vraag, mede vanuit de opkomende economieën maakt grondstoffen als water, lucht en fossiele brandstoffen schaarser en dus duurder. De industrie beseft steeds meer wat en hoe zij zelf bijdraagt aan milieuvervuiling en klimaatverandering. De grensoverschrijdende gevolgen ervan zijn onomkeerbaar en ook voor hen voelbaar. Tsunami's, as spuwendende vulkanen, burgeroorlogen of het dichtdraaien van gas- of oliekraan laten multinationals voelen hoe kwetsbaar zij zijn met die globalisering van hun productieprocessen. Van die natuurlijke en politieke grilligheid willen zij niet langer afhankelijk zijn, dus verkorten zij hun ketens weer en halen de kringloop van de grondstoffen in hun producten naar zich toe. Door op zoek te gaan naar verschillende mogelijkheden om die grondstoffen te hergebruiken bouwen zij aan hun eigen (veer)kracht en toekomstbestendigheid.

In de huidige onzekere tijden willen mensen niet langer een perspectief van bangmakerij door het uitvergroten van wat er mis is. Ze willen een toekomstvisie van aanpakken en oplossen, waar het gaat om duurzaamheid.

“Multinationals verkorten zij hun ketens weer en halen de kringloop van de grondstoffen in hun producten naar zich toe.”

Realisme in marketing

Door zo op een andere, nieuwe manier naar hun keten te kijken, ontdekken bedrijven nieuwe kansen hun duurzame ambities te realiseren en zelfs hun eigen productenpakket uit te breiden. “MVO is niet langer idealisme, maar realisme. Het is voortaan meer dan ISO-certificering, GIR-richtlijnen of prestatieladders afvinken. Het gaat nu om die mentale kant: hoe krijgen we duurzaamheid tussen de oren van onze mensen, toeleveranciers en onze klanten.” Die boodschap van zuinig zijn met materialen, voedsel, water en energie vraagt het nodige zendingswerk. Verhagen verwacht dat veel bedrijven de komende jaren hun marketingkennis zullen inzetten om hun klanten van deze boodschap te overtuigen. Want willen zij hun ambities van de voor hen zo noodzakelijke verduurzaming realiseren, dan hebben zij alle schakels in de keten nodig.

Lokale cocreatie

Welke rol speelt welke overheid in verduurzaming in de samenleving? Het retrokabinet-Rutte laat zich in haar uitspraken en steun voor bijvoorbeeld kolencentrales, weinig gelegen liggen aan een duurzaam industriebeleid. Het is bezig de vorige oorlog te winnen. Dat is een gemiste kans. Verhagen ziet in de Duurzaamheidsrevolutie een nieuwe rol voor de overheid: van regeren door regels op te leggen naar het regisseren en faciliteren van maatschappelijke processen. “Nationale overheden zullen hierbij in de politieke bestuurslagen van EU, nationaal, provinciaal tot en met gemeentelijk er tussenuit vallen”, zo voorspelt Verhagen. “Want de

gemeente draait samen met lokale belanghebbenden aan de knopen om als woon- en vestigingsgebied aantrekkelijk te zijn en te blijven. Het is de overheid, die zichtbaar en dichtbij is bij wat de mensen raakt als het gaat om luchtkwaliteit, wateroverlast of lokale afvalbergen. Het is haar taak om bij het oplossen van deze problemen samen te werken met bedrijven en burgers en dit proces te faciliteren. Cocreatie noemt Verhagen deze interactieve samenwerking. Partijen nemen verantwoordelijkheid en krijgen in ruil meer vrijheid van handelen.”

“Lokale cocreatie essentieel in de gemeente, want het is de overheid die zichtbaar en dichtbij is bij wat de mensen raakt als het gaat om luchtkwaliteit, wateroverlast of lokale afvalbergen.”

MVO-Manager = makelaar

Het toekomstbestendig maken van je bedrijf of gemeente is, geeft Verhagen toe gemakkelijker gezegd dan gedaan. “Technische en praktische oplossingen zijn er, maar deze binnen de bestaande wet- en regelgeving uit te voeren, is vaak roeien in een plas kauwgom. Daarvoor heb je mensen nodig die in een soort makelaarsfunctie zich er doorheen vechten en er de juiste partijen voor bij elkaar brengen.” De interne MVO-manager heeft zijn handen al vol aan de verduurzaming binnen het bedrijf en zijn productieketen, dus wordt er steeds vaker een beroep gedaan op een MVO-consultant van buiten met deze specifieke kennis.” En ten slotte: Is het erg dat duurzaamheid als begrip aan devaluatie onderhevig is en steeds meer een containerbegrip wordt? “Nee, in tegendeel. Over vijftien jaar is duurzaamheid niet meer onderscheidend, maar de norm.”

www.hermanverhagen.nl

De Duurzaamheidsrevolutie. Hoe mensen organisaties en organisaties de wereld veranderen – Herman Verhagen, uitg. Jan van Arkel €14,95

Désirée Crommelin

©2011 duurzaamplus.nl