

DE WERELD VERDIENT MEER! Maar krijgt het alleen niet! OF TOCH WEL...?

*Voor de negende keer kwamen op initiatief van de **Stichting Young Captain Nederland** zo'n honderd jonge vertegenwoordigers van het Nederlandse bedrijfsleven en overheid bij elkaar voor de jaarlijkse Young Bilderberg Conferentie. Ook nu stond weer de vraag centraal hoe leiders van de toekomst kunnen bijdragen aan duurzaamheid. Maar was het thema van de Young Bilderberg Conferentie in 2013 nog een statement - De wereld verdient meer! – de editie van 2014 daagde de deelnemers uit met de toevoeging: Maar krijgt het alleen niet - of toch wel? De sprekers, dit jaar een gevarieerde selectie vernieuwers, zowel werkend binnen het gevestigde bedrijfsleven als daarbuiten, gaven alle reden tot hoop op een positief antwoord. In de nieuwe opzet van de conferentie konden die vernieuwers hun meest prangende vragen in hun streven naar duurzaam ondernemen, voorleggen aan panels van conferentiedeelnemers. Deze opzet gaf in elk geval voldoende inspiratie om door te gaan. Die inspiratie was er ook van de kant van academische partner Nyenrode, die een nieuw programma aankondigde dat speciaal gericht is op vernieuwend ondernemerschap: het **Nyenrode Young Bilderberg Program**.*

Gastheer **Jan Maarten Slagter**, directeur van het **New Board Program van Nyenrode Business Universiteit**, die mede namens zijn collega Marjan Lubbers – onverwacht verhinderd wegens familieomstandigheden – de aanwezigen welkom heette, constateerde tot zijn genoegen dat duurzaamheidsbeleid zich heeft verplaatst van de pr-afdeling naar de kern van de onderneming: “Duurzaamheid draagt bij aan de kwaliteit van een product.” Enkele jaren daarvoor was hij zelf nog als spreker te gast geweest op de Young Bilderberg Conferentie en kreeg hij het gevoel de rol van ‘zure rechtse oom’ te vervullen toen hij de betrekkelijkheid van milieuvriendelijke initiatieven van bedrijven onderstreepte. “Nu mag ik mede namens Nyenrode een interessante selectie aan sprekers presenteren die concreet bijdragen aan het oplossen van vraagstukken. Die de durf en daadkracht hebben om buiten de gebaande paden te gaan.”

Teddy van der Burg, directeur van de Stichting Young Captain, zei verguld te zijn met de grote opkomst: “Het bevestigt dat jullie je willen aansluiten bij aan datgene waar de Young Bilderberg conferentie voor staat: het stimuleren van de verantwoordelijkheid van de nieuwe generatie leiders voor duurzaamheid.” Dankzij de vele nieuwe gezichten, zei Van der Burg, wordt de groep mensen die commitment heeft met vernieuwend leiderschap, steeds groter. “Wij zijn permanent op zoek naar mensen die het talent hebben om die vernieuwing daadwerkelijk in te vullen.”

Uit de kring van actieve deelnemers kwam veel input voor deze conferentie, waaronder de nieuwe opzet. “Een opzet die beter past bij wat we willen zijn”, zei Van der Burg. “Geen groep passieve luisteraars maar een beweging. Een netwerk waarin we met elkaar onze gedachten en ideeën delen. Het sluit ook aan bij de tijdgeest: delen is het nieuwe hebben!”

Teddy van der Burg bedankte deze groep, de sponsors en academische partner Nyenrode Business Universiteit. Ze zei blij te zijn dat Karl Raats ook dit jaar weer bereid was om, zoals hij dat zo mooi op zijn Vlaams zegt: 'olie in de denkraderen te laten lopen'.

Jan Peter Balkenende, Sustainable Growth Coalition: "En Waka-waka is meer dan een hebbing"

De ex-premier, door Karl Raats aangekondigd als "typisch geval van upcycling" omdat hij na zijn politieke carrière nog meer tot zijn recht kan komen als voorzitter van de **Dutch Sustainable Growth Coalition**, vertelde hoe tijdens zijn reizen namens het Innovatieplatform bij Aziatische bedrijven heeft gezien hoezeer daar binnen het ondernemerschap ook andere waarden gelden dan alleen winst. En met succes: hij noemt Korea, Japan en Singapore als voorbeeld. "Korea was 60 jaar geleden nog straatarm, platgebrand in de oorlog. Nu is het een van de rijkste landen ter wereld. Sustainability wordt niet gezien als belemmering maar juist als *business drive*."

Er is een kentering gaande, zei hij, nu ook hier het besef groeit dat de waarde van een bedrijf meer omvat dan alleen kapitaal, goodwill, kennis en omzet. Dat duurzaamheid een factor is die moet worden meegenomen in het berekenen van het bruto nationaal product. Nieuw is ook het begrip *true price*, waarin negatieve externaliteiten zijn verdisconteerd. "Dus, we zijn in een aantal opzichten verder dan 20 jaar geleden, al lijkt de ontwikkeling nu wat stil te vallen. Veel bedrijven blijven steken na een pilot. Dus er is alle reden om er nu een *schwung* aan te geven."

Bij wijze van voorbeeld haalde hij een *Wakka-wakka* uit zijn broekzak: een accu/lamp met zonnecel. Acht uur in de zon geeft 100 uur licht. De meeste aanwezigen kenden het niet. "Je kunt ook je mobiel ermee opladen. Maar het is veel meer dan een hebbing: één van de grote problemen in ontwikkelingslanden is het gebruik van kerosinelampen. Het kost veel energie, produceert schadelijke stoffen en bedreigt daarmee de gezondheid van mensen. Zo'n zonne-energiebatterij is dus een kleine vinding die enorm veel kan opleveren."

Maar dat geldt net zo goed voor een teler die zijn bedrijf zo heeft ingericht dat er mensen met een beperking kunnen werken. Aan initiatieven geen gebrek. Juist daarom is de Dutch Sustainable Growth Coalition opgezet. "Opvallend veel Nederlandse bedrijven staan hoog in de Dow Jones Sustainable Index. Ex Shell CEO Jeroen van de Veer kwam naar me toe met het idee om samenwerking tussen die bedrijven op touw te zetten, onder het motto: *shape, share, stimulate*. "We zijn begonnen met een aantal grote spelers, maar nu komen er steeds meer startups erbij. Wij leren van elkaar: kijken hoe duurzaamheid is geïntegreerd in de bedrijfsmodellen van al die grote en kleine bedrijven."

"Uit het boek *Why nations fail* kunnen we leren hoe groot de noodzaak is om het anders te doen en waar het om gaat: innovatie betekent onder meer dat er ruime moet zijn voor *creative destruction* en dat iedereen de vruchten van die innovatie moet kunnen plukken (*inclusion*). Onderzoek onder CEO's laat zien welk type leiders daar voor nodig is: leiders die toekomstgericht denken doen het goed, leiders die *ownership* voelen. Zie het veranderen van je bedrijf als een business case: koppel het beloningsbeleid aan duurzaamheidsprestaties, zoek een ander type commissarissen. Werken aan een betere wereld, daar gaat het om. Als je dat doet, dan wordt het een fantastische tijd."

Guido Braam, Circle Economy: “Nederland moet gidsland zijn”

De tweede keynote speaker, **Guido Braam, is directeur van de Circle Economy**, een non-profitplatform dat tot doel heeft de omschakeling naar een circulaire economie, waarin grondstoffen systematisch worden hergebruikt, te versnellen.

Samen met de deelnemende bedrijven ontwikkelen Braam en zijn medewerkers concepten voor de omschakeling van een lineaire, op *take-make-waste* gebaseerde aanpak, naar een circulaire, waarbij het draait om waardecreatie uit gebruikte grondstoffen. The Circle Economy telt nu zo'n 45 leden waaronder bedrijven als Philips, Akzo, TNO en PGGM, waarmee in totaal 27 projecten worden uitgevoerd. Uitgangspunten zijn onder meer dat je grondstoffen eindeloos kunt hergebruiken, dat bronnen waarde genereren, zowel in financieel opzicht als anderszins en dat menselijke activiteit gericht moet zijn op het versterken van ecosystemen en natuurlijk kapitaal.

Essentie van de aanpak is: samen leren, samen oplossingen bedenken, ook van financiële aard. Braam schetste de ontwikkeling in het denken over duurzaamheid, de afgelopen decennia: aanvankelijk gericht op het milieu, vervolgens op duurzaamheid, nu op de circulaire economie.

Het nieuwe denken slaat aan zei hij, mede omdat het niet meer zo moralistisch is. Het is geen kwestie meer van 'gij zult een beter mens zijn'. “Ook ik hou van reizen en lekker eten. Waar het om gaat is sociaal ondernemerschap en dat houdt in *filling the gaps of failure of society*. Het nieuwe denken over sociale verantwoordelijkheid vraagt om een *paradigm shift*.

Daar moet je je kennis en verbeeldingskracht voor inzetten.”

Hoe je dat doet? Braam gaf een paar tips: focus niet te veel op functionaliteit, zoek projecten die impact hebben en toon leiderschap.

Nederland is volgens Braam bij uitstek geschikt om leidend te zijn in het ontwikkelen en uitdragen van dat nieuwe denken over duurzaamheid. “Wij zijn een circulaire hot spot, waar innovaties over elkaar heen buitelen. We kunnen daarmee een voorbeeld zijn voor andere landen. We zijn immers zelf een soort stadstaat die voor 60% van de grondstoffen afhankelijk is van het buitenland.”

Van theorie naar praktijk: “loskomen van het lineaire denken”.

Zes gasten presenteerden in het kort een specifiek vraagstuk waar ze tegenop lopen bij de uitvoering van hun duurzaamheidsbeleid.

- Michiel van Roozendaal van NS: **Hoe kan NS haar duurzame strategie inzetten ter verbetering van haar reputatie?**
- Nick van Leeuwen van Uber: **Hoe kunnen Uber en andere vernieuwende vervoersoplossingen ervoor zorgen dat wij in 2020 geen auto meer nodig hebben?**
- Bas Stok van Heineken: **Hoe maak je duurzaamheid binnen de biercategorie relevant voor de consument?**

- Frank van Ooijen van Frieland Campina: **Hoe krijgt Friesland Campina in Nederland aandacht voor de balans 'nutrition-sustainability'-sustainable diets – om het belang van haar productcategorie zuivel in mondiaal perspectief aan te tonen?**
- Guido van Staveren, Moyee Coffee: **Hoe activeer je social INTRAprenuers in de grootzakelijke markt om een B2B omzetversnelling te realiseren en hoe verleid je ondernemingen tot een duurzaam koffie-inkoopbeleid?**
- Guido Braam, Circle Economy: **Welke circulaire iconische projecten vind jij inspirerend en haalbaar om te laten zien, als Nederland in 2016 voorzitter is van de EU?**

In panels werd het vraagstuk van alle kanten tegen het licht gehouden, terwijl de vraagsteller met de rug naar hen toe zat. Karl Raats: “Roddelen’ over zaken waar je geen sikkepit verstand van hebt”, met de bedoeling om “los te komen van het lineaire denken.”

Marius Smit: “Op je bek gaan is nuttig”

Ter afsluiting was er een aanstekelijk verhaal van **Marius Smit**, over zijn wederwaardigheden in de jaren voorafgaand aan de oprichting van **Plastic Whale**: 's werelds eerste *plastic fishing company*. Rode draad was het belang van falen. Smit heeft vele tegenslagen en obstakels moeten overwinnen, zowel zakelijk als privé, om zijn droom te verwezenlijken: het bouwen van een boot van uit de grachten opgevist plastic. Hij ondervond dat ‘op je bek gaan’ nuttig is, dat je ervan leert en dat het je uiteindelijk steeds dichterbij verwezenlijking van je droom. De boot kwam er en het bedrijf werkt inmiddels op allerlei manieren aan het opruimen en herbestemmen van plastic, in de vorm van evenementen (zoals Koningsvissen en Oud-Amsterdamsch Plastic Visschen) en bedrijfsuitjes. Gewoon doen, niet praten is het motto, al doet Smit dat laatste ook steeds meer: overal in het land geeft hij presentaties over Plastic Whale.

NYENRODE YOUNG BILDERBERG PROGRAM

Programmamanager **Meldy van Dijken** van het **Nyenrode Young Bilderberg Program** vestigde aan het eind de conferentie nog even de aandacht op dit nieuwe programma, dat in maart van start gaat. Centraal staat de gedachte dat samenwerking en alliantievorming steeds belangrijker wordt in een snel wijzigende markt, waar het aankomt op innovatiekracht, technologische ontwikkeling en kostenreductie. Het programma focust op de rol van leiderschap binnen die nieuwe kijk op ondernemen. Voor aanmelding en inlichtingen: Meldy van Dijken, 06 239 187 62 of m.vandijken@nyenrode.nl.