



People

P+ People

DE HOOGLERAREN

Begin 2003 start een groot wetenschappelijk onderzoeksproject naar maatschappelijk verantwoord ondernemen in Nederland.

Door Jan Bom **16**

P+ Winner

DE GRÜNEN

Toen in Duitsland de Grünen het hoogste aantal kiezers ooit haalden, stegen de beurskoersen van duurzame ondernemingen.

Door Philip Dröge **22**

P+ Social Case

LEVENSLOOPBAAN

Een persoonlijk ontwikkelingsplan waarin werk en privé in harmonie samenkomen. Het ideaal van de vakbeweging en bedrijfs socioloog Piet Jeuken.

Door Astrid van Unen **26**

P+ Classic Case

OERVADERS

Biscuitfabrikant Verkade en onderwijzer Jacq P. Thijssse maakten samen verzamelalbums en werden zo de oervaders van de Nederlandse natuur- en vogelbescherming.

Door Bart Speleers **60**

Planet

P+ Planet

ECOLOGISCHE DUIZENDPOOT

De komkommerteler Koppert kon niet tegen gif en kweekte daarom insecten om van de luis af te komen. Nu wereldleider in het verkopen van potten met vijftigduizend duizendpoten tegelijkertijd.

Door Maria Genova **34**

P+ Clean Case

EMISSIEHANDEL KOMT

De emissiehandel in koolwaterstoffen for dummy's: hoe verkoop ik straks duizend kilo CO₂, en aan wie?

Door Teus Molenaar **48**

P+ Platform

CHINESE UITDAGING

Ondanks de beroerde situatie op het gebied van de mensenrechten gaan Unilever en de financieringsmaatschappij FMO toch naar China, ter bevordering van een meer duurzame samenleving aldaar.

Door Astrid van Unen **64**

Profit

P+ My Network

HERMAN KLEEVEN

Wie zijn de sleutelfiguren in het Netwerk van Herman Kleeven, bij de ING-bank de manager die weet welke beleggingen het meest duurzaam zijn.

Door Astrid Hoyer **24**

P+ TOP 22

BEST OF CLASS

Exclusief voor P+ de 22 Europese ondernemingen die in hun bedrijfstak het beste scoren op het terrein van sociaal en milieubeleid.

Door Joos Grapperhaus **52**

P+ Art

ONDERNEMEND MUSEUM

Een museum is een middelgroot bedrijf en moet ook zo gerund worden, vindt Sjarel Ex van het succesvolle Centraal Museum. Hoe hij met vreemd kapitaal van een stadsmuseum een organisatie maakte die nu publiek uit heel Nederland trekt.

Door Jaan van Aken **70**

Departments

P+ First Words

Het goede voorbeeld. **7**

P+ News & Practices

Een reeks van Best Practices en het netwerk van mensen die ertoe doen. **8**

P+ My Favorite Website

Een blinde werknemer kiest de website van Start-Kans. **47**

P+ Books

Negatief: hoe ondernemingen liegen.
Positief: ondernemingen ethiek toepassen. **72**

P+ Agenda

Data van bijeenkomsten over maatschappelijk ondernemen in Nederland. **73**

P+ Last Words

Hoogleraar Ronald Jeurissen over de onderneming als wereldburger. **74**

Fotografie cover door
Anne Hamers

P+ is opgericht door een groep van founders, die het tijdschrift verspreiden onder beslissers en toekomstige beslissers in het bedrijfsleven, bij de overheid, wetenschap en bij maatschappelijke organisaties, zowel in Nederland als daarbuiten.



Ministerie van Buitenlandse Zaken
Ontwikkelingssamenwerking

www.minbuza.nl



www.fnv.nl



www.samen.nl



www.pggm.nl

SNS REAAL
G R O E P

www.snsreaalgroep.nl

P+ wordt mede mogelijk gemaakt door bijdragen van de sponsors.



www.odyssee-groep.nl



STICHTING NATUUR EN MILIEU

www.snm.nl



www.kpmg.nl



www.doen.nl

P+

UITGEVER:
Bob Wennekenonk

UITGAVE:
Atticus b.v.

VERSPREIDE OPLAGE:
15.000 exemplaren

RAAD VAN FOUNDERS:
Alfred Kool, PGGM
Henk Muller, FNV
Ministerie van Buitenlandse
Zaken/Ontwikkelingssamenwerking
Joos Grapperhaus,
SNS Asset Management/ASN
Martin Smulders
Stichting Samenleving en Bedrijf

ABONNEMENTEN:
Nederland:
35,- euro per jaar excl. BTW
Overige landen:
45,- euro per jaar incl. BTW
Prijzen bulkabbonementen
op aanvraag

Het abonnement kan elk moment
ingaan en wordt automatisch ver-
lengd, tenzij 1 maand voor vervalda-
tum bericht van opzegging is ontvan-
gen. Het abonneegeld dient bij voor-
uitbetaling te worden voldaan.

UITGEVERIJ:
Atticus b.v.
Postbus 308
2400 AH Alphen aan den Rijn
M 06 55 365 065
E publisher@p-plus.nl

ABONNEMENTEN ADMINISTRATIE:
T 0172 477 288
F 0172 477 962
E info@p-plus.nl

LEZERSSERVICE:
Jerome Koster
T 0172 477 288
F 0172 477 962
E clients@p-plus.nl

ADVERTENTIE EXPLOITATIE:
PSH / Henk Krans
Postbus 456
7000 AL Doetinchem
T 0592 271 718
F 0592 272 825
E sales@p-plus.nl

ATTICUS, 2002
Niets uit deze uitgave mag zonder
voorafgaande toestemming van de
uitgever worden openbaar gemaakt of
verveelvoudigd



First Words

EDITOR:
Jan Bom

EDITORIAL TEAM:
Globalisation
Philip Dröge
Economics
Christel Witteveen
Environment
Teus Molenaar
Social Issues (executive editor)
Astrid van Unen

SENIOR WRITERS:
Sustainable Cooking
Wieke Biesheuvel
Better Company
Maria Genova
My Network
Astrid Hoyer
Biography
Hetty Nietsch
Classic Case
Bart Speleers

TRANSLATION:
Mimi Visser (N.Y.)

ART DIRECTION:
B10, Amsterdam:
Boudewijn Boer
Tineke Kooistra

PHOTOGRAPHY:
Chris de Bode
Anne Hamers
Daan Zuiderdijk

ILLUSTRATORS:
Erik Kriek
Jan Kruis
Sabien Clement

LITHOGRAPHY:
Gravemaker Prepress

PRINTING:
Senefelder Misset Doetinchem

BOARD OF RECOMMENDATION:
Jacqueline Cramer,
Erasmus Universiteit
Wouter van Dieren,
Club of Rome
Willem Lageweg,
Social Venture Network
Ruud Lubbers, UNHCR
Johan Piet, TranspaRAbility
Bram Rutgers van der Loeff,
NCW
Johan Stekelenburg,
gemeente Tilburg
Herman Wijffels, SER

EDITORIAL OFFICE:
Rietsnijderslaan 3
1394 LC Nederhorst den Berg
T 00 31 (0) 294 255719
M 06 27 153 000
E editor@p-plus.nl
www.p-plus.nl

Goed voorbeeld

Oude waarheden, zo oud en zo versleten en toch nog steeds te goed om weg te gooien. Hoelang zeggen we het al niet in Nederland: Goed voorbeeld doet goed volgen. Nu ik steeds meer Nederlanders spreek die geen Nederlandse woorden meer voor hun Engelstalige doelstellingen kunnen vinden, lijkt het goede voorbeeld tijdelijk te worden ingepikt door de term Best Practice. Mij best. Het klinkt wel lekker. Beetje Amerikaans overdreven misschien. Good Practice was voldoende geweest, want ik weet heel goed dat zelfs de allerbeste praktijkvoorbeelden op het terrein van maatschappelijk verantwoord ondernemen gekenmerkt worden door twijfel tijdens het nemen van de beslissingen. Of door het nog uitblijven van enorme winstresultaten. Consumenten stellen wel hoge eisen aan ondernemingen, maar handelen daar zelf in hun koopgedrag niet altijd even consequent naar. Aan de nieuwe term kleeft wel een praktisch probleem. Dit blad gaat in z'n geheel over Best Practices en de mensen die daarvoor verantwoordelijk zijn. Dus, het moet wel duidelijk zijn waar we het precies over hebben. Laten we dat eens kritisch bekijken. Wat is de echte wezenlijke voorwaarde voor het predikaat van een Best Practice? Een man uit het ontwikkelingswerk gaf mij onlangs een antwoord, dat me door de kracht van de eenvoud wel beviel. Hij stelde eerst de voorwaarde vooraf. Wanneer een probleem door de betrokkenen zelf geformuleerd wordt. Hij sprak over het slaan van een put in een gemeenschap waar vrouwen en kinderen elke dag urenlang moeten lopen om schoon water te vinden. En toen kwam-ie. Wanneer de oplossing vervolgens ook door alle betrokkenen gedragen wordt. Alle betrokkenen. Dan denk ik meteen aan de stakeholders: de medewerkers van de organisatie. Wanneer een bedrijf het goede voorbeeld wil geven, kan dat alleen wanneer deze wens van onder tot boven gedragen wordt. En wanneer de werknemers en de directie samen zo open in de wereld staan, dat die andere stakeholders: consumenten, bewoners, milieugroepen enzovoorts, de wil om het goede voorbeeld te stellen direct herkennen en volgen.

Het omgekeerde geldt natuurlijk ook.

Good example

Old truths, old and worn, but still too good to throw out. For how long don't we already say in The Netherlands: "Good example makes good following (Lead by example)". Now that I meet more and more Dutch people who can't find any Dutch words for their goals stated in English, the "good example" seems to be temporarily overtaken by the term Best Practice.

Fine with me. It sounds pretty good. Maybe a little what we would call "exaggerated in an American way". Good Practice would have sufficed, since I know very well that even by far the best practices in the area of sustainable development are still characterized by doubts when it comes to making decisions. Or by the huge profits, that still fail to occur. Consumers make high demands on companies, but aren't always that consistent in their choice of manufacturers.

The new term makes us face a practical problem though.

This magazine is dedicated to Best Practices and the people responsible for it. So the exact meaning of what we are talking about has to be clear. Let's take a closer look. What is the true condition for the designation Best Practice?

A development-aid worker gave me an answer some time ago, that I liked because of its simplicity. He said that first, there is a precondition: The problem has to be formulated by the persons concerned. He spoke about the digging of a well in a community in which women and children had to walk every day for hours to find clean water. And then he gave the condition: The solution has to be carried by all people involved. All people involved. That makes me think of the stakeholders: the employees of the organization. If a company wants to set a good example, it's only possible if this wish is carried by the whole organization, from top to bottom. Employees and management have to be so open and clear, that those other stakeholders; consumers, inhabitants, environmental organizations etc., will recognize the need to set the example, and go with it.

Of course, the same is true for the opposite.

Jan Bom
editor@p-plus.nl