

Persbericht

10 september 2012

“Duurzaam ondernemen vergt visie over partnerschappen”

RSM Erasmus Universiteit, in samenwerking met RoyalHaskoningDHV en Stichting Management Studies presenteert boek over duurzaam ondernemen

Succesvolle bedrijven rekenen de waarde van duurzaam ondernemen niet tot op de komma uit. De omslag naar duurzaam ondernemen is veeleer een kwestie van visionair leiderschap. Dat is één van de verrassende conclusies uit het boek 'Duurzaam ondernemen waarmaken!'. Het boek is in opdracht van Stichting management Studies geschreven door een team van vier auteurs van Royal HaskoningDHV en RSM Erasmus Universiteit (het Partnerships Resource Centre), op basis van het eerste systematische onderzoek in Nederland naar de implementatie van duurzaamheid bij twintig vooraanstaande Nederlandse bedrijven. Het boek wordt op 28 september tijdens een symposium in het Kloosterhotel uitgereikt aan VNO-NCW voorzitter Bernard Wientjes.

Rob van Tilburg van Royal HaskoningDHV en één van de auteurs: 'Feitelijk is dit het eerste boek dat sterk vanuit een bedrijfskundige invalshoek analyseert en beschrijft via welke interventies duurzaam ondernemen kan worden waargemaakt'. Aan de hand van een door de Erasmus Universiteit ontwikkeld fasen model schetst het de lezer welke routes de onderneming kan nemen om kansrijk te verduurzamen op een manier die de onderneming en de samenleving ten goede komt. Van Tilburg: 'Naast gedegen theorie biedt het boek vele inzichten en praktische handreikingen aan bestuurders en managers. Het schetst onder welke condities een meer evolutionair groeipad naar duurzaam ondernemen voor de hand ligt, maar ook wanneer revolutionaire benadering past.' Rob van Tulder, hoogleraar aan de Erasmus universiteit en medeauteur, voegt hier aan toe: 'duurzaamheid blijkt niet alleen een kwestie van leiderschap te zijn, maar van 'gedeeld leiders', waarin ondernemers samen met maatschappelijke stakeholders de vereiste randvoorwaarden creëren om duurzame strategieën succesvol te laten zijn. Alleen in goed samenspel kan het kantelpunt van duurzaamheid genomen worden. Dat is belangrijk voor het lange termijn concurrentievermogen van het Nederlandse bedrijfsleven.'



Eén van de verrassende conclusies van het onderzoek dat aan het boek ten grondslag lag is dat bedrijven de omslag naar duurzaam ondernemen niet pas maken na een bedrijfseconomisch becijferde business case. Volgens Mara Francken van Royal HaskoningDHV en mede auteur van het boek is dit veel meer een visionaire benadering. 'Vooruitstrevende bedrijven oriënteren zich op de grote maatschappelijke vraagstukken van de komende decennia, zoals klimaatverandering, voedsel- en grondstofschaarste, energievoorziening of armoede en zien dat dat hun toekomstig ondernemingsspeelveld is. Ondernemingen die deze onderwerpen goed adresseren zijn de winnaars van de toekomst. Deze bedrijven herkennen de waarde om in deze vraagstukken een rol te spelen vanuit de overtuiging dat dit ook de onderneming ten goede komt. Zonder dat dit tot op de Euro becijferd kan worden.' Het boek staat vol van inspirerende voorbeelden. Zo lanceerde Unilever haar Sustainable Living Plan, waarin miljoenen worden

geïnvesteed om de milieu footprint van de producten te halveren. Tapijt specialist Desso gooide het roer om en koos in haar nieuwe strategie voor Cradle2Cradle al ontwerppunt voor alle innovaties. KPN zette zwaar in op de bevordering van het nieuwe werken om het klimaat- en mobiliteitsvraagstuk aan te pakken en tegelijkertijd voor klanten kosten te besparen.

Het boek maakt ook treffend duidelijk dat sociale en milieukundige vraagstukken door veel van de onderzoeksbedrijven niet meer als ondernemingsbelemmerend worden ervaren. 'Integendeel', aldus Van Tilburg, 'deze bedrijven zien deze opgaven veel meer als een appèl tot verandering. En daarmee tot innovatie van producten en diensten. Het streven naar duurzaamheid door deze bedrijven functioneert zo als prachtige aanjager van zinvolle economische groei.' De rol van een visionaire (verbindende) CEO blijkt daarin cruciaal. Van Tulder vult aan: 'Bedrijven komen momenteel voor een nieuwe uitdaging te staan, namelijk het effectief managen van een uitdijende portefeuille van partnerschappen. We hebben in dit boek een nieuw managementgebied geïdentificeerd en hopen daar in de toekomst samen met en voor zowel ondernemingen, maatschappelijke organisaties als overheden relevante wetenschappelijke kennis aan te reiken.'

Meer informatie:

- Rob van Tilburg, Royal Haskoning DHV, rob.van.tilburg@rhdhv.com, 088 3482733
- Rob van Tulder, Erasmus Universiteit Rotterdam, rtulder@rsm.nl; 010-4081923

Boekgegevens

Titel: Duurzaam ondernemen waarmaken
Ondertitel: Het bedrijfskundig perspectief
Auteurs: Rob van Tilburg, Rob van Tulder, Mara Francken en Andrea de Rosa
Druk: 1e
Jaar: 2012
Aantal pagina's: 376
Prijs: € 39,75
ISBN: 978 90 232 5031 9

Directe link naar het boek op de website:

http://www.vangorcum.nl/NL_toonBoek.asp?PublID=4752-0

Directe link naar de afbeelding in hoge resolutie:

<http://www.vangorcum.nl/omslagen/9789023250319.jpg>

Boek bestellen:

http://www.duurzaam-ondernemen.nl/detail_page.phtml?&page=boek_order_duonwaarmaken

Lancering:

Op 28 september vind een lancering van het boek plaats **van 15.00 tot 17.30 uur in Leerhotel Het Klooster te Amersfoort**. U kunt zich daarvoor aanmelden:

<http://www.managementstudies.nl/?intTMID=10&intLMID=31>