

boardroom naar Spitsbergen

David Bremmer

Rotterdam/Oslo

Zelf kwam ze al menigmaal in het poolgebied, vorige maand verrichtte de Bernice Notenboom (54) in opdracht van NASA en ESA nog ruim 1.200 sneeuwmetingen. Afgelopen week wachtte echter een heel andere missie. Met in haar kielzog managers van 25 grote bedrijven reisde ze door het Noorse Spitsbergen. Op de driemaster Rembrandt van Rijn zeilde het gezelschap van hoofdstad Longyearbyen naar de afkalvende gletsjers van het Kongsfjord.

De kleine zeventig topmannen en -vrouwen van onder meer Arcadis, ING, NS, Schiphol en het Rotterdamse Havenbedrijf toonden zich op het NOS-journaal geschokt over wat ze zagen. „Ik ben diep geraakt”, zei NS-manager Carola Wijdoogen. Die bezorgdheid van Wijdoogen is terecht, zegt Notenboom vrijdag als ze net weer geland is in Oslo.

Hoe kwam u op het idee om topmensen naar het poolgebied te halen?

„Ik houd al jaren lezingen over mijn expedities en kom bij veel bedrijven over de vloer. Hoewel de interesse in het klimaatprobleem groot is, werkt het toch zo dat het kwartje pas valt als je zelf op die gletsjer staat. *Seeing is believing* – zien is geloven – en dat leidt tot actie.”

Was het lastig om zoveel directeuren uit de boardroom te halen voor deze trip?

„Het bleek verrassend eenvoudig. Mijn laatste poolexpeditie werd al gesponsord door 22 bedrijven, waaronder ING. Het idee was eerst dat een delegatie mij bij terugkomst zou ophalen. Dat groeide vorig najaar uit tot een complete trip. Binnen no-time zeiden de eerste vijf bedrijven 'ja', de rest ging vanzelf. De eerste boot die ik charterde was zó snel vol dat ik het risico nam er nog één te regelen. Met succes.”

Waren er bedrijven die niet meewilden?

„Shell weigerde, hen had ik graag aan boord gehad. Ook de KLM lukte niet.”

Waarom Spitsbergen?

„Omdat ik daar echt de impact van klimaatverandering kon laten zien: Svalbard ligt in het Arctische gebied, maar is niet de Noordpool zelf. De 2.500 bewoners krijgen enorm veel over zich heen. In februari is er nog een maand regen geweest, afgelopen najaar waren er modderstromen. Het zee-ijs is er verdwenen. Huizen zijn verzakt doordat het wegtrekkende ijs kusterosie veroorzaakt. Als je dat ziet, denk je echt *'oh my God!'*”

De kritiek luidt dat dit een vrijblijvend snoepreije was voor managers.

„Ze moesten er hard voor werken. Tijdens de dag waren er workshops over het klimaatprobleem, wat hun bedrijf kan doen,

en over duurzaamheid als businessmodel. We hielden conferencecalls. En 's avonds moest iedereen een presentatie houden.”

Wat is de belangrijkste waarde van deze trip?

„Tijdens de reis zijn allerlei allianties gesmeed. De Gasunie en het Havenbedrijf Rotterdam werkten al met elkaar samen, maar een bedrijf als afvalverwerker Van Ganswinkel deed dat nog niet. Om duurzamer te worden is het belangrijk de krachten te bundelen. Dat gebeurt nog weinig.”

Wist u van de oproep voor een Klimaatwet die de captains bij terugkomst aan het nieuw te vormen kabinet deden?

„Ik was verrast, dat was niet voorgekookt. Sowieso is alle media-aandacht me afgelopen weken grotendeels ontgaan. Terug in Loneyarbyen zag ik alle berichtjes en mails op m'n telefoon. Ik ben er heel blij mee.”

Komt er volgend jaar een nieuwe reis?

„Ik zou graag een boot regelen met politici, vakbonden en nog meer topmanagers. Met een of twee ceo's op ski's door de Noordpool reizen is ook een ambitie. Verder denk ik aan een trip naar Antarctica. Daar is de klimaatverandering eveneens bijzonder zichtbaar. Maar dat is veel moeilijker: het is ver, je hebt minstens enkele weken nodig.”

Is deze groep bedrijven niet het topje van de ijsberg? Nederland telt tienduizenden bedrijven.

„Het begint bovenaan bij de grote jongens en de bedrijven als Schiphol, NS, de Rotterdamse haven. Zij zijn voor de economie heel belangrijk.”

Hoe duurzaam is het Nederlandse bedrijfsleven echt?

„Er is veel goede wil, maar te weinig concrete actie. Om de doelen van het Parijse klimaatverdrag te halen mag de temperatuur maximaal 2 graden omhoog. Dat betekent de helft minder kooldioxide-uitstoot. De helft. Maar weinig bedrijven hebben een antwoord op de vraag hoe zij binnen die 2 graden opwarming blijven.”

De aandacht voor het klimaatprobleem wordt wel steeds groter. Zelfs werkgeversorganisatie VNO-NCW bepleit nu meer vaart.

„Daar ben ik uiteraard blij mee, maar we zijn er nog niet. Veel Nederlanders beseffen nog steeds niet hoe groot het probleem is. Kijk, wij hebben het warm of koud en zetten de verwarming omhoog of omlaag. Maar het poolgebied is de airco van onze wereld. Die dreigt definitief ontregeld te raken met desastreuze gevolgen. Als we komende jaren geen actie ondernemen is het te laat.”



FOTO ANP

‘Goede doelen moeten meer letten op impact’

De dertig rijkste families van Nederland staken in 2015 een kwart miljard euro in goede doelen, maar ze hebben te weinig oog voor wat het oplevert.

Jules van der Leeuw

Rotterdam

Dat zegt directeur Karen Maas van het Impact Centre Erasmus in Rotterdam, dat onderzoekt hoe het effect van maatschappelijke activiteiten en filantropie kan worden aangetoond. Alleen al de Brenninkmeijers – de rijkste familie van Nederland en eigenaar van onder meer C&A – schonken na jaren van goed geld verdienen in de kledingindustrie in 2015 liefst 102,5 miljoen euro aan goede doelen.

De 250 miljoen die in 2015 in totaal werd overgemaakt naar goede doelen en filantropische organisaties lijkt veel geld. „Maar dat is lang niet voldoende om de wereldproblemen echt aan te pakken”, zegt Maas. „Bovendien staan deze gelden vaak niet in verhouding tot de sommen geld die deze vermogende personen hebben verdiend aan de maatschappij.”

Maas kijkt vanuit haar werk kritisch naar organisaties en stichtingen die door vermogende donateurs worden ondersteund. „Soms lijken ze te denken: we geven geld, dat is al goed genoeg. Maar wat gebeurt er met dat geld, en is het wel efficiënt geïnvesteerd?”

Er bestaan volgens Maas beproefde methodes om die impact te

meten. „Die worden echter te weinig toegepast. Vaak wordt gedacht: er is ergens armoede, laten we investeren in onderwijs, want dat levert automatisch een bijdrage aan



Goede doelen worden afgerekend op het aantal acties, niet op de impact

— Karen Maas

een beter leven voor de mensen daar. Maar of dat resultaat ook wordt geboekt, is vaak nog maar de vraag.”

Volgens Maas zijn er genoeg

voorbeelden van projecten vol goede intenties, maar zonder effect. „Zo is er bijvoorbeeld een project waarbij in Afrika waterpompen worden aangelegd. Hartstikke mooi: vrouwen hoeven niet meer met waterkruiken te slepen, maar samen met hun kinderen kunnen ze een draaimolen laten draaien en komt er water uit de grond. Eerst groot succes, een sublieme uitvinding... totdat blijkt dat die molen 22 uur per dag moet draaien om voldoende water te genereren.”

Waterputten

„Een van de meest jammerlijke dingen is dat goede doelen worden afgerekend op de hoeveelheid activiteiten die ze ondernemen, niet op de impact ervan”, vindt Maas.

„Kortom: er worden steeds nieuwe waterputten geslagen, maar 500 meter verderop staat de volgende alweer te verroesten. Dat is een systeem dat negatieve effecten alleen maar versterkt.”

De organisatie van Maas werkt aan een database om filantropische initiatieven en hun eventuele successen meetbaar te maken en vast te leggen. „Dat willen we doen zodat niet iedereen investeert in dezelfde domme dingen”, hoopt Maas.

„Je kunt wel wéér een educatieprogramma op een school starten, maar veel efficiënter is bijvoorbeeld om te investeren in goedkope anti-wormpilletjes. Zo kunnen veel meer kinderen naar school en gaat het rendement van die school met 50 procent omhoog.”