

# China verkent duurzaam ondernemen

## Maatschappelijke verantwoording veelal toch nog onontgonnen gebied

YVONNE VAN DER HEIJDEN

AMSTERDAM — Onder invloed van internationalisering vindt in China een kentering plaats op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen (mvo). 'Chineze bedrijven die werken als toeleveranciers voor westerse multinationals moeten mvo wel in hun bedrijfsvoering opnemen, omdat hun klanten eisen stellen aan de manier waarop de producten worden gemaakt. Het is een van de redenen dat in China langzaam een bewustzijn ontstaat op het gebied van duurzaam ondernemen', aldus Inge Tjeerdsma.

Als studente Economie aan de Vrije Universiteit in Amsterdam heeft ze samen met drie medestudenten — Pieter Smit, Ellen Schuit en Achim Boden — in een vandaag te publiceren onderzoek voor KPMG Sustainability gedaan. Er is nog een lange weg te gaan. Tjeerdsma: 'Chinezen zijn niet echt bezig met duurzaamheid. Bedrijven willen vooral op korte termijn winst maken. Ze hebben hun blik nog niet gericht op duurzame ontwikkeling. Velen kennen het begrip mvo niet eens', stelt Tjeerdsma.

De studenten stuitten in China op een heel andere gedachte wereld over mvo. Tjeerdsma: 'Een Chinese MBA-student zei bijvoorbeeld: "Ik werk bij een goed bedrijf dat de belastingen netjes op tijd betaalt. Mijn bedrijf doet dus veel aan mvo, want als wij de belastingen niet zouden betalen dan kan de overheid haar publieke diensten niet verlenen." Op den duur werd ons duidelijk dat het in China niet vanzelfsprekend is dat je je aan de wet houdt en je belastingen betaalt.



Inge Tjeerdsma en Peter Smit

FOTO: JACQUELINE DUBBINK

Dan is het méér doen dan de wet bepaalt, zoals westerse bedrijven mvo definiëren, niet aan de orde.'

Voor het onderzoek is vooral gesproken met 35 grote westerse bedrijven en banken en met organisaties en wetenschappers die ervaring hebben met mvo bij vooral Chinese bedrijven die voor de binnenlandse markt produceren. Naast de druk van westerse afnemers ontdekten de onderzoekers nog een ander motief voor Chinese bedrijven om zich met verantwoord ondernemen bezig te gaan houden. 'Bedrijven willen winst maken, maar het productieproces is vaak verouderd en inefficiënt. Ze investeren dan in een modernisering waardoor het productieproces minder energie en grondstoffen verbruikt en milieuvriendelijker is', aldus Tjeerdsma.

Van een bewust mvo-beleid op de drie p's — people, planet (milieu) en profit (economische duur-

zaamheid) is bij de binnenlands opererende Chinese bedrijven nog geen sprake. Ze voelen ook niet de hete adem van belanghebbenden in hun nek omdat ook bij klanten, consumenten en overheden het mvo-bewustzijn laag is. Voor aan buitenlandse beurzen genoteerde Chinese multinationals is dat anders, legt Pieter Smit uit. 'Zij ervaren dat belanghebbenden, zoals aandeelhouders, belangengroepen en consumenten zich gaan bemoeien met wat het bedrijf doet en hoe het opereert.'

De westerse multinationals die in China actief zijn, spelen volgens de studenten een grote rol bij de introductie van mvo in China. Smit: 'Westerse ondernemingen eisen dat toeleveranciers dezelfde duurzaamheidsnormen volgen als zij zelf doen, omdat ze door belanghebbenden ook worden afgerekend op de condities waaronder de producten worden gemaakt. Verspil-

ling van materialen en energie is taboe. Kinderarbeid ook. Het is voor hen heel belangrijk omdat het hun imago beïnvloedt. Ze willen geen slechte reputatie, want dat heeft rechtstreeks gevolgen voor de waarde van de onderneming.'

Hij benadrukt dat westerse bedrijven en consultants met grote regelmaat bijeenkomsten beleggen om kennis over duurzaam ondernemen aan de Chinezen over te dragen. 'Daardoor zetten ze mvo op de agenda in China. Niet alleen bij de bedrijven, maar ook bij de overheid. De Chinese ondernemersorganisatie CEC, waarbij 500.000 bedrijven zijn aangesloten, is begonnen met workshops en trainingen bij de grote Chinese bedrijven. Zo gaat het balletje rollen.'

Het zal niet eenvoudig zijn op korte termijn mvo volgens de westerse definitie bij de Chinezen tot gemeengoed te maken, concludeerden de onderzoekers. Doorslaggevend is het gegeven dat de Chinese maatschappij is gebaseerd op persoonlijke relaties, een fenomeen dat de Chinezen samenvatten in het begrip 'guanxi'. Tjeerdsma: 'Niemand kan in China om "guanxi" heen. Persoonlijke relaties zijn nog steeds belangrijker dan wettelijke regels. Daaruit volgt een grote vrijheid bij de interpretatie van wetten en regels. Duurzaam ondernemen sluit daar niet goed op aan.'

De studenten wagen zich niet aan een voorspelling hoe lang het gaat duren voordat het streven naar mvo voor Chinese bedrijven vanzelfsprekend wordt. 'De trend is positief, maar hoe snel China zich zal bewegen, blijft de vraag.'

