

# De netwerkent

Het was even spannend of hij er dit jaar weer zou staan: de tent op het pleintje voor het voormalige Nederlandse astmacentrum in Davos. In die tent kreeg het *World Food Program* (WFP) jaarlijks een prachtig podium voor de zakelijke en politieke leiders die eind januari traditioneel samenkwamen op het *World Economic Forum*.

De plek groeide al snel uit tot meer dan alleen een WFP-promodorp. Het werd een broedplaats voor duurzame ideeën en plannen voor armoedebestrijding.

Jaarlijks viel TNT als tentsponsor veel lof ten deel. Maar het concern werd afgelopen jaar gesplitst en zag haar bestuursvoorzitter Peter Bakker vertrekken. En hij was nou juist de man die zich al die jaren sterk had gemaakt voor dit initiatief. Met zijn vertrek leek plotseeling een eind te komen aan een mooie traditie.

De tent paste in de filosofie van de topman om via de netwerken van het internationale bedrijfsleven grote veranderingen in de wereld in gang te zetten. Hij dichtte dat bedrijfsleven de grootste veranderkracht toe, groter dan de overheid of goede doelenorganisaties. Hij zag ook de noodzaak om verantwoordelijker met de aarde om te gaan en zette de toon voor een nieuwe generatie maatschappelijk verantwoord opererende bestuurders.

Paul Polman van Unilever en Feike Sijbesma van DSM zijn wereldwijd uitgegroeid tot de belangrijkste onder hen. Deze drie Nederlandse topmannen smeedden een paar jaar geleden een plan om de honger in de wereld te lijf te gaan. En de basis voor dat plan werd gelegd in – ja precies – die tent in Davos. Dat is dat even fameuze als mysterieuze netwerken waar de bijeenkomst in het bergdorp om draait.

Je kunt het elitair noemen, maar als je daarmee kan bijdragen aan het oplossen van grote mondiale problemen, verliest dat woord veel van zijn negatieve connotatie.

De tent werd dit jaar uiteindelijk gered, niet helemaal toevallig



Met zijn vertrek leek een eind te komen aan een mooie traditie

door een aantal Nederlandse bedrijven onder aanvoering van DSM en Unilever. Op het pleintje voor het oude astmacentrum haalde men opgelucht adem.

Maar boven de tent hing vorige week ook de vraag hoe je een duurzaamheidsbeleid bij een bedrijf met de baas als boegbeeld stevig verankert in een organisatie zodat de volgende generatie verder gaat op de ingeslagen weg.

Peter Bakker was een koploper onder de bestuursvoorzitters op het vlak van duurzaamheid. Bekritiseerd en bewonderd, zoals dat gaat met visionairs. Zijn belangrijkste bijdrage als topman was waarschijnlijk dat hij aantoonde dat bedrijven niet meer zonder gedegen duurzaamheidsbeleid kunnen en mogen opereren. Hij gaat er zelf vanuit Genève als president van de *World Business Council for Sustainable Development* op internationale schaal mee door.

Steeds meer CEO's volgen zijn missie, maar in Hoofddorp dreigen zijn opvolgers zijn erfenis te verkwanselen. Tijd voor noodhulp, per express.

**MAX CHRISTERN**

De auteur is journalist en moderator en oud-redacteur van deze krant.