



Maatschappelijk verantwoordelijk

Kaptein, Muel, Huib Klammer en Annemarie Wiering, 'De bedrijfscode. Aanleiding, inhoud, invoering en effectiviteit', Stichting NCW, Den Haag 2003. ISBN 90 5771 084 3. Te bestellen bij NCW, 070 – 349 04 69. Als pdf-bestand te downloaden op www.stichtingncw.nl

Langzaam verschuift de verantwoordelijkheid voor de samenleving van overheden naar ondernemingen. Een terugtrekkende overheid laat meer over aan het vrije spel van maatschappelijke krachten. Ondernemingen worden meer aangesproken op hun verantwoordelijkheid voor de maatschappelijke effecten van het functioneren. Oor mensenrechten-, milieu-, consumentenorganisaties en andere niet-gouvernementele groepen en belangenorganisaties. Oor de aandeelhouders en, niet in de laatste plaats, de eigen werknemers. Het effect is dat ondernemingen publieke taken gaan behartigen. Linkse lezers zullen van mening zijn dat er dus weinig verandert omdat multinationals allang de dienst uitmaken. Maar dan onderschatten zij toch het belang van de discussie over maatschappelijke verantwoordelijkheden.

Van de 100 grootste Nederlandse bedrijven hebben 54 een eigen bedrijfscode en zijn er nog 10 mee bezig. Sinds 1991 heeft het aantal zich bijna verdrievoudigd. De inhoud van de codes verschilt. Bijna alle bedrijven gaan in op hun verantwoordelijkheden naar de maatschappij en de eigen medewerkers. Zo'n 70 procent gaat in op de verantwoordelijkheden voor het milieu. Ook mensenrechten en eerlijk zakendoen worden steeds vaker genoemd. En de meeste codes gaan in op de verantwoordelijkheden van de medewerkers zelf. Daarbij komen zaken aan de orde als het aannemen en verstrekken van relatiegeschenken, belangenverstrengeling, tegenstrijdige belangen, algemene integriteit en nevenfuncties.

Voorschriften over de hoogte van het inkomen voor topfuncties worden niet vermeld. Wel wordt gewezen op de sleutelrol die het voorbeeld van het management vervult in het werkelijk verankeren van de papierencode in de processen, cultuur en beleid. Opmerkelijk is dat bijna alle bedrijven regels opnemen over gelijke behandeling en non-discriminatie, maar dat minder dan de helft ingaat op gezonde en veilige werkomstandigheden.

De Stichting NCW heeft in samenwerking met de Stichting Beroepsmoraal en Misdaadpreventie en met Ethicon een boek uitgegeven dat praktische handvatten wil geven voor de inhoud en de inbedding van de code en de rol van de leiding daarbij. Deze worden mede gebaseerd op de weergegeven resultaten uit het onderzoek onder de grootste ondernemingen. De illustraties, citaten en voorbeelden dragen bij aan de praktische inslag van het boek voor de mensen die willen gaan werken aan een bedrijfscode.

Jaap de Jong

Bedrijfsethiek

Kaptein, Muel en Johan Wempe, *De open onderneming*, 'Erasmus Research Institute of Management', Rotterdam 2003. ISBN 90 5892 037 2. Te bestellen bij mevr. B. Kerssenberg, 010 – 408 19 23. Als pdf-bestand te downloaden op www.irim.eur.nl

Openheid, of in de politieke nieuwpraat 'transparantie', wordt door velen gezien als de oplossing om te voorkomen dat bedrijven negatief in het nieuws komen. Openheid lijkt in alle situaties een organisatiedeugd te zijn. Vanuit moreel perspectief is dat de vraag. Er zijn andere ethische principes als vertrouwelijkheid, zorgvuldigheid, rechtmatigheid en loyaliteit die om voorrang vragen.

Twee nieuwe hoogleraren in de bedrijfsethiek aan de Erasmus Universiteit hielden onlangs samen hun inaugurele redes. Zij zijn collega's in de wetenschap en als adviseur bij KPMG. Muel Kaptein werkte ook mee aan de NCW-publicatie over de bedrijfscode. Beiden gingen in op de filosofische achtergronden die in zo'n praktijkgids wegvallen.

Kaptein verzet zich, opvallend, tegen het verplichten door de overheid van maatschappelijke rapportages door bedrijven. Hij pleit ervoor wel eisen te stellen aan de wijze waarop wordt gerapporteerd. En om maatschappelijk verantwoord ondernemen als vooronderstelling juridisch te verankeren, zoals dat ook geldt voor de presumptie van redelijkheid.

Johan Wempe gaat meer in op de ingrijpende gevolgen van openheid voor de stakeholders van bedrijven. Volgens hem moet er een organisatie rond bedrijven komen waarbinnen aandeelhouders, werknemers, actiegroepen en overheid onderling in discussie gaan en bereid zijn te zoeken naar de door bedrijven te realiseren maatschappelijke meerwaarde.

Oraties dienen een kritische reflectie op de bestaande 'state of art' in het vakgebied te zijn. Deze twee voldoen daar niet alleen aan, maar zijn ook inspirerend voor mensen die bezig zijn met het nadenken over maatschappelijke verantwoordelijkheid en bedrijfscodes.

Gezond werken

Baart, Paul e.a., 'Gezondheidsbevordering op de werkplek. Een vanzelfsprekend element van bedrijfsvoering', Centrum GBW en NIGZ, Woerden 2002. ISBN 90 6928 234 8. Te bestellen bij Klantenservice van het NIGZ, tel. 0348 – 43 76 06 (€ 24,95) of www.gbw.nl

Het bevorderen van de gezondheid heeft een eigen plaats gekregen in de arbozorg. Bijna een op de drie Nederlandse bedrijven bevordert de gezondheid van de werknemers met bewust beleid. Dat betekent een stijging van 22 procent sinds 1996. Het acht jaar actieve Centrum Gezondheidsbevordering op de Werkplek (GBW) claimt hierin een belangrijk aandeel te hebben gehad.

Het Centrum GBW werd in 1996 opgericht door de Nederlandse Hartstichting, de Nederlandse Kankerbestrijding/KWF en het Astma Fonds. Dit jaar werd de fusie van het Centrum met het Nationaal Instituut voor Gezondheidsbevordering en Ziektepreventie (NIGZ) gevierd met een congres en de uitgave van dit boek. Auteurs, verbonden aan het Centrum GBW, kijken daar in terug op die acht eerste jaren.

Uit de geschiedschrijving blijkt dat de samenwerking met de arbozorg moeizaam tot stand komt. Een reden is het verschil in oriëntatie. Het Centrum GBW richt zich op de gezondheid van de werknemers en niet op hun werkzaamheden. Belangrijker is dat arbodiensten op basis van de onderlinge concurrentie kiezen voor exclusiviteit. Bovendien zijn zij te veel bezig met de eigen organisatorische beslommingen. Hetzelfde tekent zich nu af bij de nieuwe reïntegratiebedrijven. Ook deze zijn vooral bezig met het verwerven van een eigen klantenkring en komen niet tot samenwerking. Voorbeelden van negatieve inhoudelijke gevolgen veroorzaakt door het 'marktdenken'. Het boekwerk is intern gericht en daardoor minder interessant voor buitenstaanders. Een eerste introductie op het werkterrein van de gezondheidsbevordering biedt het wel.