

Het jaar **2033**

Bilderbergconferentie 2015

V N O NCW

Deze uitgave is verschenen onder auspiciën van
VNO-NCW

Malietoren, Bezuidenhoutseweg 12

postbus 93002, 2509 AA Den Haag

telefoon 070-3490349

www.vno-ncw.nl

www.bilderbergconferentie.nl

interviews: Dorine van Kesteren en Corien Lambregtse

foto's: Jeroen Poortvliet, Jan van de Vel, Marjet van Veelen en Rogier Veldman

eindredactie: David de Nood

2015 VNO-NCW, Den Haag

oorspronkelijke titel: *Het jaar 2033*

Inhoudsopgave

4

Voorwoord	7
Hans de Boer	
Redactioneel: Kijken naar 2033	9
Eppy Boschma en David de Nood	
Geen vooruitgang zonder wetenschap	15
Louise Fresco	
De last van veel geluk	23
Wim Boonstra	
Er hangt een ‘wolk’ boven de polder	31
Kim Putters	
Het jaar 2033 – een geopolitieke verkenning	41
Jaap de Hoop Scheffer	
De wereld én Nederland in 2033: de horizon van horizontalisering	49
Govert Buijs	
Een posteuropa Europa, zonder Verenigd Koninkrijk	61
Derk Jan Eppink	
Radicale innovaties	71
Yuri van Geest	
Een land van kunstenaars en uitvinders	75
Joep van Lieshout	
De toekomst begint nu	79
Dieuwke Boersma	

‘Investeer in start-ups en jongeren’	85
Stef van Grieken	
‘Het kan nog altijd beter’	91
Jan Aalberts	
‘Ondernemen in 2033? Flexibiliteit, flexibiliteit, flexibiliteit’	97
John Fentener van Vlissingen	
‘Duurzaamheid kan groei en innovatie opleveren’	103
Jan Peter Balkenende en Paulette van Ommen	
‘De mens moet verantwoordelijkheid nemen voor technologie’	111
Jeroen van den Hoven	
Bijlage 1: Thema Bilderbergconferentie 2015	117
Bijlage 2: Programma 53 ^{ste} Bilderbergconferentie 6-7 februari 2015	122
Bijlage 3: Over de Bilderbergconferentie	124



Jan Peter Balkenende en Paulette van Ommen, Dutch Sustainable Growth Coalition

‘Duurzaamheid kan groei en innovatie opleveren’

103

Jan Peter Balkenende (1956) is partner bij EY, voorzitter van de Dutch Sustainable Growth Coalition en hoogleraar aan de Erasmus Universiteit. Daarvoor was hij Minister-President en Kamerlid voor het CDA. Hij studeerde Economische en Sociale Geschiedenis en Nederlands recht aan de Vrije Universiteit.

Paulette van Ommen (1986) was tot eind 2014 senior adviseur Corporate Responsibility bij EY. Tevens was zij Working Group Leader van de Dutch Sustainable Growth Coalition. Per 2015 is zij global sustainability manager bij DSM. Ze studeerde ontwikkelingsstudies aan University College Utrecht en de London School of Economics.

Precies drie jaar geleden werd in Davos bij het World Economic Forum de “Dutch Sustainable Growth Coalition” (DSGC) opgericht. Met oud-premier Balkenende, partner bij EY, als voorzitter bundelen Philips, AkzoNobel, FrieslandCampina, DSM, Shell, Unilever, KLM en HEINEKEN hun kennis over het integreren van duurzaamheid in de onderneming. EY faciliteert de DSGC en VNO-NCW ondersteunt de coalitie. In december 2014 bracht de duurzame bedrijvencoalitie haar derde publicatie uit, over duurzame innovatie. Hare Majesteit Koningin Máxima nam de publicatie in ontvangst. DSGC voorzitter Balkenende (partner bij EY) schreef de publicatie met zijn voormalig adviseur en DSGC kartrekker bij EY, Paulette van Ommen.

104

In wat voor wereld wordt een kind in 2015 geboren?

Balkenende: Hopelijk in wat achteraf een historisch jaar blijkt te zijn. 2015 is namelijk een cruciaal jaar voor de VN politiek: een klimaatop in Parijs in december, en de vaststelling van de hernieuwde VN duurzame ontwikkelingsdoelen in september. Deze afspraken geven richting voor de tien tot twintig jaar daarna, dus richting 2033. Bedrijven hebben bij beide agenda’s een onmisbare rol te vervullen. Overheden kunnen de global challenges niet alleen aanpakken. Er zal dus een tijdperk van vernieuwende partnerschappen ontstaan, hetgeen nu al valt waar te nemen. Bedrijven hebben de techniek, creativiteit, de middelen en de innovatiekracht in huis om te helpen de grote maatschappelijke vraagstukken van vandaag oplossen. De wetenschap en het maatschappelijk middenveld zijn daarbij ook van onschatbare waarde.

Van Ommen: Het is erop of eronder. De hamvraag is: zijn landen in staat om in VN verband een effectief internationaal klimaatakkoord te bereiken, of koerst de wereld af op méér dan 2 graden – misschien wel 4 of 6 graden – opwarming? Gelukkig wordt het bedrijfsleven steeds vaker herkend als partner in dit proces, ook in de afspraken rondom de VN duurzame ontwikkelingsdoelen.

Wat is de visie van de DSGC over duurzaamheid?

Balkenende: De DSGC is ontstaan naar aanleiding van gesprekken met Paul Polman en Feike Sijbesma. Zij hebben hun ideeën over verduurzaming natuurlijk een aantal jaren geleden ook op de Bilderbergconferentie

neergezet. In onze gesprekken daarover hebben we vastgesteld dat Nederlandse ondernemingen het goed doen op het vlak van verduurzaming, maar dat het van belang is dit nadrukkelijker en in gezamenlijkheid te agenderen.

De kern van het gedachtegoed van de DSGC is dan ook dat als je duurzaamheid goed integreert in de strategie, bedrijfsmodel en ondernemingsbestuur van een bedrijf, het innovatie, groei en zelfs een competitief voordeel kan opleveren. Niet alleen voor individuele bedrijven, maar ook als je de optelsom maakt voor Nederland als geheel. Ons land heeft de wereld zóveel te bieden.

Van Ommen: De publicatie, *'Sustainable innovation, Game-changing solutions for the world's grand challenges'* laat zien wat deze visie concreet betekent voor ondernemingen zoals aangesloten bij de DSGC. De bedrijven geven ieder een kijkje in hun keuken bij twee concrete innovaties, *de next practices*.

Wat is een aantal van deze aansprekende voorbeelden?

Balkenende: Neem bijvoorbeeld AkzoNobel. Het bedrijf heeft een biocidevrije coating ontwikkeld voor scheepsrompen waardoor aangroei zich moeilijker hecht. Dankzij een gladder oppervlak is nu minder brandstof nodig. Of DSM, dat in Iowa een fabriek heeft opgezet om plantrestenafval om te zetten in biobrandstoffen. Ook ontwikkelde DSM in samenwerking met KLM een energiebesparend cargo net: het weegt de helft van het traditionele net.

Van Ommen: De bedrijven innoveren overigens lang niet altijd *from scratch*; soms kan juist een relatief kleine vernieuwing in een bestaand product een groot effect hebben. In India is bijvoorbeeld een schrijnend tekort aan Intensive Care artsen. Om dit op te lossen maakt Philips vanuit een centrum in Chennai 24/7 monitoring op afstand mogelijk. Zo kan een klein groepje specialisten levens in andere delen van India redden. Deze informatietechnologie werd al jaren in ziekenhuizen in de VS toegepast, maar paste Philips nu aan voor de situatie in India.

Balkenende: Hetzelfde geldt voor de Lifebuoy zeep van Unilever. 1,7 miljoen kinderen sterven jaarlijks vanwege ziekten die je makkelijk kunt voorkomen (zoals diarree) door simpelweg je handen te wassen. Door een aantal vernieuwingen in het product en een totaal andere benadering van consumenten uit lage inkomensgroepen heeft Unilever de afgelopen jaren al bijna tweehonderd miljoen mensen bereikt.

Overigens zijn dit nu voorbeelden van de bedrijven uit de coalitie, maar dit soort voorbeelden ontstaat nu bij veel bedrijven. Er komt echt een beweging op gang waarbij duurzaamheid tot de kern van het bedrijf en het verdienmodel behoort en het ‘oude denken’ over duurzaamheid als kostenpost naar de achtergrond verdwijnt.

Hoe kan duurzame innovatie aangejaagd worden?

Van Ommen: Innovatie moet slim gestimuleerd en gefaciliteerd worden. Soms kan dat in een reguliere afdeling. Als het innovatieproces enkele of meerdere jaren in beslag neemt, kan het verstandig zijn om (tijdelijk) een semi-autonome afdeling op te zetten, die deels wordt afgeschermd van de rest van de onderneming. Een andere oplossing kan zijn om overheidsgeld of filantropisch geld te zoeken om hoge opstartkosten te dekken, ter overbrugging naar commerciële levensvatbaarheid van een project. FrieslandCampina werkt bijvoorbeeld samen met de Nederlandse overheid om in Indonesië de zuivelsector te helpen ontwikkelen. Een andere optie is om een (sociale) ondernemer van buitenaf te financieren.

Balkenende: Open innovatie is belangrijk. Ook met kleinere bedrijven trouwens. Het valt duidelijk op dat de DSGC bedrijven hun innovaties niet in isolement creëren. Samenwerking met het mkb, met kleinere bedrijven is cruciaal. HEINEKEN heeft bijvoorbeeld samen met enkele kleinere bedrijven uit de EU een innovatieve koelkast ontwikkeld die tot 80% minder energie verbruikt. In Haïti werkt het bedrijf met kleine spelers om plastic te recyclen tot lokaal geproduceerde bierkratten. En KLM werkt met het veel kleinere SkyNRG aan de ontwikkeling van een markt voor biobrandstoffen voor de luchtvaart.

Van Ommen: De gedachte is: hoe identificeren we de briljantste ideeën? Of deze van binnen of van buiten komen, dat maakt niet uit. Van het “not invented here” syndroom naar een positieve “proudly found elsewhere” mentaliteit!

Balkenende: In dat kader: EY is initiator van de Startup Bootcamp HighTechXL. Honderden startups uit de hele wereld zijn gescreend; tien daarvan krijgen nu maandenlang intensieve begeleiding en toegang tot een rijk netwerk van mentoren, coaches, investeerders en andere waardevolle contacten.

En wat is dan de rol van de verschillende partijen naast ondernemers: politiek, overheid, ngo's? Blijven deze in dezelfde verhouding ten opzichte van elkaar staan of gaan de rollen verschuiven?

Balkenende: In de jaren zeventig was er een strikt onderscheid tussen de publieke zaak en de taak van het bedrijfsleven. Dit beeld is nu geheel anders. We zien een intensieve betrokkenheid van het bedrijfsleven bij publieke issues. Men vraagt zich vaker af: wat kan mijn bedrijf doen om geld te verdienen op een manier die tegelijkertijd waarde creëert voor het milieu of de maatschappij? Welke kansen en verantwoordelijkheden moet ik pakken?

Van Ommen: Bedrijven realiseren zich ook vaker dat het creëren van een nieuwe marktnorm simpelweg niet lukt in je eentje. Unilever koopt zelf “slechts” 3 procent van de wereldwijde palmolieproductie, maar wil wel de ontbossing tegengaan. Om een beter speelveld en actieplatform te creëren, heeft Unilever de Tropical Forest Alliance geïnitieerd. Overheden, ngo's maar ook bedrijven die sterk afhankelijk zijn van grondstoffen als palmolie, papier, rundvlees en soja doen er aan mee. Het is mede dankzij dit initiatief inmiddels mogelijk om realtime, via een Google tool met satellietbeelden, de ontbossing te monitoren.

Kan het gedachtengoed van DSGC wel in de praktijk worden gebracht in een markteconomie?

Van Ommen: Als onze planeet morgen een bankrekening zou openen, zouden veel bedrijven nu flink wat onbetaalde facturen op de deurmat krijgen. Ik spreek de hoop uit dat we in 2033 een ander beeld zien. Gelukkig neemt het besef toe dat we sociale en milieukosten beter moeten waarderen, dus om alle positieve en negatieve externaliteiten die bedrijven gewend zijn af te wentelen door te rekenen. Het initiatief TruePrice rekent deze informatie al door in de praktijk. EY werkt op dit gebied ook nauw met deze organisatie samen en is deelnemer van de *Green Deal* van de overheid, die hierover gaat.

Balkenende: Internationaal werken de vier grote accountantskantoren actief samen op het gebied van geïntegreerde verslaggeving. Ook die verandering geeft een belangrijk signaal af aan de markt. En met betrekking tot belastingen is het noodzakelijk om na te denken over een verschuiving van belasting op arbeid naar een belasting op grondstoffen. EY heeft in Nederland samen Deloitte, KPMG en pwc meegewerkt aan een studie van Ex'Tax, om door te rekenen wat dit zou betekenen voor de werkgelegenheid en het duurzaam gebruik van grondstoffen.

Zijn jullie optimistisch over de toekomst van Nederland?

Balkenende: Natuurlijk ben ik optimistisch over de toekomst van Nederland, maar met optimisme alleen komen we er niet. Uiteindelijk draait het om wat je in beweging kunt krijgen. Met de DSGC geven we een positief signaal af. De bedrijven laten overigens ook zien wat nog niet goed gaat. Waar de risico's en uitdagingen liggen. De richting is duidelijk, maar de route er naartoe is een leerproces. Ik hoop van harte dat onze derde publicatie, over duurzame innovatie, aan dat leerproces bijdraagt.

Van Ommen: Nederland staat nu voor het tweede jaar op rij op nummer 8 in de World Economic Forum concurrentie index. Niet slecht, maar wie goed de tabellen heeft gelezen, weet dat we op nummer 6 staan in de concurrentie index die gecorrigeerd is voor milieu- en sociale factoren. We moeten ons niet blindstaren op lijstjes: Nederland bungelt in andere lijstjes weer onderaan. Bijvoorbeeld als het gaat om het lage percentage hernieuwbare energie (minder dan 5 procent) in vergelijking met andere EU landen. Toch zegt onze toppositie in de index dat we in staat zijn om wereldwijd te concurreren, als we iets maar graag genoeg willen. Dat geeft hoop. Zoals Paul Polman (ceo, Unilever en mede-oprichter DSGC) zegt: *I'm an optimist, because it is too late to be a pessimist!*