

Business

COLUMN



PIERRE MERCIER,
managing director
COMPUTER PROFILE
pierre@computerprofile.be

BRUNO VAN MARSENILLE,
managing director
SIZE COMMUNICATION
Bruno@sizecom.be

Van liefdadigheid tot ethiek

Deze column is eind 2006 geschreven, net na het hartverscheurende nieuws van de 4.000 ontslagen in de Volkswagen-fabriek van Vorst. Europa brengt ons niet veel aangename verrassingen meer.

Onze maatschappij wordt door elkaar geschud door politieke schandalen, fraude en de opwarming van de planeet. Ons wantrouwen heeft zijn hoogtepunt bereikt. En onze culturele basis stort in. Al die elementen monden uit in een echte waarden-crisis, zowel op individueel als collectief vlak. Tot welke heilige kunnen wij ons nog richten? Als er al een heilige is...

Desondanks hebben we dit jaar een heuse bewustwording meegemaakt, niet van de politieke machten waarin we al sinds lange tijd niet meer geloven, maar van mensen en organisaties die blijkbaar hebben beslist om de teugels weer in handen te nemen. Zoals Warren Buffett, die beslist heeft 85 procent van zijn aandelen in Berkshire Hathaway af te staan aan liefdadigheidswerk met als belangrijkste begunstigde het Bill en Melissa Gates Fonds. Diezelfde Gates die de wereld van vandaag radicaal veranderd heeft, gaat hij ook die van morgen veranderen? Dat zou best wel eens kunnen. Terwijl de overheden blijik geven van hun incompetentie op

bestuursvlak, zetten belangrijke personen uit de privé-wereld acties op het getouw om het roer om te gooien. Met bijna 65 miljard dollar aan fondsen, zouden we al heel wat verder zijn in de strijd tegen aids, malaria en polio.

Van liefdadigheid tot ethiek is slechts een kleine stap. Bedrijven beginnen zich bewust te worden dat de maatschappelijke waarden, en dus die van hun klanten, veranderen. Daarom moeten ook zij een ethischer houding aannemen. Die gedachte past in het kader van een duurzame relatie tussen het bedrijf, de werknemers en de klant. Knappe, nieuwe initiatieven worden opgestart.

Nadat ze hun kinderen jarenlang virtueel oorlogje hebben zien spelen op de planeet Playstation, GameCube of andere

Xbox'en, verheugen alle papa's zich op de komst van het eerste educatieve spel rond honger in de wereld, voor een publiek van 8- tot 14-jarigen: Food Force (www.food-force.fr). Dit spel legt het wereldvoedselprogramma (WVP) uit in bevattelijke termen voor die schattige kleine hoofdjes. Het spel kwam tot stand met de hulp van sponsorbedrijven. In plaats van te leren hoe je moet verwoesten en doden, moeten de kinderen er hier in slagen om duizenden inwoners te voeden of de voedselhulp te gebruiken om mensen hun dorp weer te helpen opbouwen. 4,5 miljoen downloads in 189 verschillende landen, en dat in slechts enkele maanden tijd.

Van rebel tot weldoener: voor onze kinderen is de overgang verbijsterend vlot. Op het einde van elke missie stelt een personage de realiteit van het voedselprogramma op het terrein voor. De kinderen leren zo hoe het programma omgaat met de voedselnoden: waar het voedsel vandaan komt, hoe het wordt verspreid, hoe het wordt gebruikt om te voorzien in de ontwikkeling, en wat het belang is van de voedingswaarde van maaltijden.

Zegt men niet, vergeef ons de woordspeling, dat de eetlust al etend komt? We moeten afstappen van de idee dat men enkel dingen kan veranderen

door offers te brengen. Het volstaat misschien om het anders te bekijken. Zoals onze collega Peter Hinssen schreef in het november-nummer van uw favoriete magazine: zelfs in een sportwagen rijden kan tegenwoordig zonder benzine. De Tesla, bijvoorbeeld, is een elektrische wagen die even goed kan optrekken als de beste traditionele sportwagens.

We moeten hopen dat we echt kunnen evolueren van een maatschappij van massaconsumptie naar één met een intelligentere, meer symbolische en schonere consumptie, in de brede zin van het woord. Dat, alles welbeschouwd, het wellicht volstaat om het denkmodel te herzien. Dat is al wat we u kunnen toewensen voor 2007. Een gelukkig en voorspoedig jaar aan iedereen. ■

“Bedrijven
beginnen te
beseffen dat de
waarden van hun
klanten
veranderen.”
