

Van grotere waarde dan geld

Wat is de waarde van je kind of kleinkind? De meeste mensen vinden hun nazaat natuurlijk het meest waardevolle dat ze bezitten, maar kunnen en willen daar geen prijskaartje aan hangen. Omdat geld in deze context iets banaals krijgt. Voor echt belangrijke zaken geldt schijnbaar geen adequate manier van waarderen is.

Kort geleden kwamen de Maori's met de Nieuw-Zeelandse regering overeen van hun heilige Taranakiberg een rechtspersoon te maken en die een flink eigen vermogen mee te geven. Ook het Nationale Park Te Uruwera en de Whanganui-rivier, van oudsher belangrijke gebieden voor de Maori's werden rechtspersonen. En wellicht geïnspireerd door deze initiatieven kwam er niet veel later een soortgelijk voorstel voor onze eigen Waddenzee.

Ondanks het forse eigen vermogen van de Taranaki-berg dekt dit bij lange na niet de waarde die hij voor de Maori's vertegenwoordigt. De waardering van deze heilige berg was dan ook geen dappere poging van de oorspronkelijke bevolking van Nieuw-Zeeland om hun eerbied voor de Taranaki te tonen. Ze deden het louter om deze berg te beschermen tegen mensen, bedrijven en instanties die denken dat zij alles wat onze planeet in miljoenen jaren heeft voortgebracht, naar believen kunnen gebruiken, exploiteren en desnoods – als dat profijtelijk is – vernietigen. Hetzelfde geldt voor het Te Uruwera-Park, de Whanganui-rivier en de Nederlandse Waddenzee. Het zijn ecosystemen die een grote dieperliggende waarde vertegenwoordigen. Cruciaal zijn voor de natuur en daarmee voor het welzijn van volgende generaties planten, dieren en mensen. Dus ook voor onze kinderen, kleinkinderen, achterkleinkinderen en al die generaties nog na hen.

De afgelopen jaren zijn we als uiterste consequentie van het neo-liberale denken alles gaan economiseren. Aan alles een prijskaartje gaan hangen. Naarmate zo'n prijskaartje hoger is, lijkt het alsof ook de waarde hoger is. Alsof er een direct verband is tussen geld en waarde. Dat leidt tot veel misverstanden. Vooral bij mensen die gewend zijn alles in geld te waarderen. Alleen de mores van de monetaire economie verstaan.

Tegen dit fenomeen lopen ook steeds vaker betekenisvolle bedrijven aan. De maatschappelijke relevantie die zij creëren, maakt dat ze diametraal andere keuzes maken dan de bedrijven die nog volgens oude economische principes ondernemen. Die zoveel mogelijk winst willen maken, soms zelfs ten koste van alles en iedereen. Terwijl voor betekenisvolle bedrijven geld juist niet meer dan een middel is om hun missie te realiseren en hun droom dichterbij te brengen. En nooit een doel op zich.

Tegelijk eisen banken en investeerders nog steeds een balans en een verlies en winstrekening waarin de waarde van een bedrijf in geld wordt uitgedrukt. Het maakt dat maatschappelijke bedrijven per definitie op achterstand staan. Niet op de juiste waarde ingeschat worden. Omdat hun echte toegevoegde waarde op een dieper niveau ligt. Een deel zich pas later, soms zelfs pas vele generaties later, zal uitbetalen.

Andersom geldt dit natuurlijk ook. Grote multinationale bedrijven, vaak beurslievelingen omdat ze hun winsten elk kwartaal weten op te voeren vaak ten koste van de samenleving, zijn – als je ze langs een maatschappelijke meetlat zou leggen – vervuiling, belastingontwijking, kinderarbeid, lage lonenbeleid, toe-eigenen van schaarse grondstoffen en ecologische schade zou meetellen, zwaar verliesgevend. Om dit dilemma te doorbreken ontwikkelt Manifesto – als eerste accountants-organisatie ter wereld(!) – naast de klassieke balans en verlies en winstrekening een nieuw systeem van waardebeoordeling, waar de dieperliggende waarden die maatschappelijke bedrijven creëren de kern van zullen vormen, en geld de plek krijgt die het verdient: als niet meer dan een middel om die toegevoegde waarde te vergaren.

Er zijn gelukkig steeds meer signalen dat er zelfs in de behoudende financiële wereld iets aan het kantelen is. Er ook bij banken en investeerders behoefte ontstaat om betekenisvolle bedrijven op hun werkelijke en dieperliggende waarde te kunnen beoordelen. Want deze bedrijven blijken bijzonder interessante investeringsobjecten te zijn. Omdat het grote publiek maatschappelijke relevantie en betekenisvol ondernemen steeds vaker als belangrijkste reden ziet om



hun keuze op te maken. Dat is goed nieuws voor al die maatschappelijke startups die succesvol zijn. Snel willen doorgroeien naar scale-ups en dus behoefte hebben aan vers kapitaal, maar geen balans kunnen overleggen waar je volgens oude economische maatstaven van zou gaan likkebaarden. Zeg maar een nieuwe lichting van Toni Chocolonely-, Dopper-, Leapp-, Marqt-, Patagonia- of Greyston Bakery-achtige bedrijven die eraan zit te komen. Bedrijven die hun betekenis laten prevaleren boven het snelle geld. En daarmee duurzame waarde creëren, in de letterlijke betekenis van het woord. Nog even en ze zijn met zovelen dat de bedrijven die het alleen maar om de winst te doen is tot de uitzonderingen zullen behoren.

Bert Rorije

Bert Rorije en Erik Friedeberg zijn initiatiefnemers van Manifesto.nl.