

'Nieuwe Aanpak' Debatreeks van Global Village Media en Stichting Max

Op 17 september is er een debat waarin de vraag centraal staat of een commerciële aanpak van armoedebestrijding betere resultaten oplevert.

'Hulp is geven én nemen'



Redactie Betere Wereld
AMSTERDAM

Wij weten al een tijdje dat eindelijk geld pompen in de economie van derdewereldlanden niet de beste manier is om tot duurzame ontwikkeling te komen. De 'Nieuwe Aanpak' die in het debat op 17 september besproken wordt, houdt in dat bedrijven ontwikkelingslanden meer als economische uitdaging gaan zien. Zo kijken bedrijven en overheden hoe in deze landen economische groei tot stand kan komen, die de bevolking ten goede komt. Het debat gaat op zoek naar de zogenaamde 'seven habits of highly effective business in development', het positieve tegengestelde van het traditionele donatiegerichte hulpverleners, bestaande uit zeven pijlers.

Commercial development

Deelnemers aan het panel zijn Ton aan de Stegge (ex-Telfort, ex-PCM), Bart Hartman (NOTS, ondernemende ontwikkelingssamenwerking), Jeroen Blüm (directeur Shell Foundation, o.v.) en René Grotenhuis (directeur Cordaid). Deze panelleden zijn door hun expertise in de zakenwereld de aangewezen personen om te discussiëren over dit zogenaamde *commercial development*. Zo onderzocht Oxfam bijvoorbeeld de invloed van multinational Unilever op de armoede van ontwikkelingsland Indonesië. De uitslag bleek verrassend: van elke dollar die Unilever in Indonesië in-

vesteert, blijft vier dollar achter in het land.

Niet zomaar geven

Miljardair Bill Gates van Microsoft heeft zijn eigen fonds opgericht, in-tussen één van de grootste NGO's ter wereld. 'Voor ons zit de winst in de maatschappelijke groei die ontstaat door het investeren in maatschappelijke projecten. Die is ook in ons eigen, economische belang. Zomaar geven voor het goede doel is niet meer van deze tijd. Ontwikkelingswerk is geven en nemen', zegt Gonnie Been, communicatiemanager van Microsoft Nederland.

En er zijn meer bedrijven die dat idee ondersteunen. Multinational DSM wil samen met het World Food Programme van de Verenigde Naties het grote probleem van honger in de wereld te lijf gaan, het motto van Shell is: *business is the real poverty killer*.

Duurzaam ondernemen

André Veneman, Corporate Director Sustainability bij AkzoNobel, zegt: 'Je kunt wel donaties doen, maar met duurzaam ondernemen bereik je veel meer'. Dit duurzaam ondernemen gaat uit van het beginnen bij gisteren om tot morgen te komen. Zo moet er volgens de multinational als het om

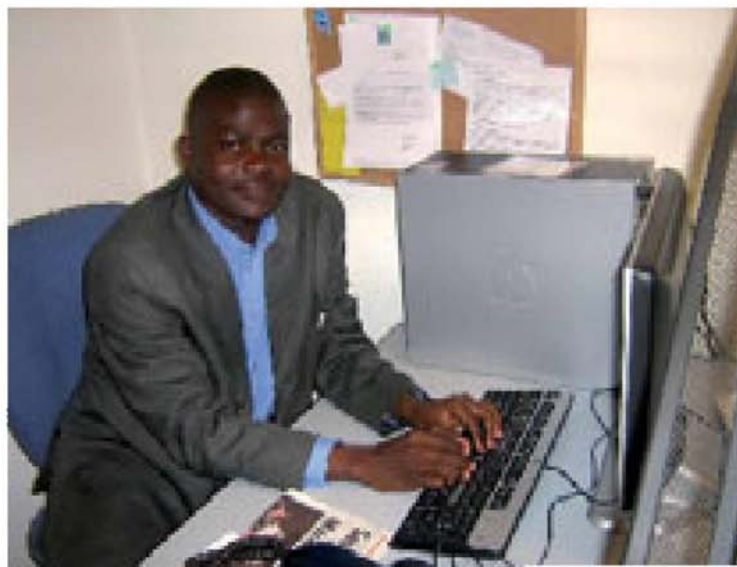
Bedrijven moeten ontwikkelingslanden meer als uitdaging zien.

ontwikkeling gaat eerst gedacht worden aan de veiligheid, voeding en huisvesting. Natuurlijk is dit niets nieuws, maar het feit dat bedrijven dit principe actief opnemen in hun bedrijfsvoering, is iets totaal anders dan dat we gewend waren.

Het debat van volgende week is onderdeel van de debattenreeks De Nieuwe Aanpak van Ontwikkelings-samenwerking, die Global Village Media dit jaar organiseert. Volgende debatten vinden plaats in oktober en november. ●

► Datum: 17 september 2009 om 20.00 uur.

Locatie: De Rode Hoed, Amsterdam
Meer informatie over het debat is te vinden op www.derodehoed.nl



Ontwikkelingslanden als economische uitdaging.