

– E S S A Y –

Transformatie als publiek vraagstuk

Als een organisatie of bedrijf ernaar streeft om maatschappelijke problemen op te lossen, dan is dat toch alleen maar goed? Henriëtta Joosten, associate lector Financial Ethics aan de HAN, ziet het genuanceerder. Ja, dat is goed zolang de organisatie beseft dat ze met haar oplossingen mede bepaalt hoe het 'samen leven' eruit ziet. En vanuit dit besef er ook voor kiest om het publieke gesprek over maatschappelijke vraagstukken te stimuleren en te voeren. Niet als expert, maar als mede-bewoner van deze aarde.

TEKST HENRIËTTA JOOSTEN | BEELD RENATA JANSEN

Als praktisch filosoof, nieuwsgierige bedrijfskundige maar bovenal als mens draag ik graag bij aan het streven naar een nieuwe economie die dienstbaar is aan de samenleving van nu en morgen. Het is hoopgevend dat steeds meer bedrijven hieraan bijdragen. Maar het is niet eenvoudig om werkelijk iets nieuws tegenover het huidige marktdenken te zetten. Het verhaal met de nadruk op private belangen, groei en individuele vrijheid domineert in onze samenleving. Dat geldt niet alleen voor de 'oude' bedrijven, maar ook voor ons, enthousiaste vormgevers van de nieuwe economie. Ook wij zijn opgegroeid in een wereld waar het marktdenken – en daarmee ook onze handelingsperspectieven – allesoverheersend is. Voor je het weet, ben je weer 'ingelijfd' in het dominante denken waar weinig ruimte is voor de lange termijn, inclusiviteit of gemeenschapszin.

DENKGEWOONTES

Eén zo'n denkgewoonte is dat professionals en organisaties zichzelf vanzelfsprekend de expertrol toedichten en vanuit die rol bepalen wat 'het goede' voor de samenleving is. De overgang naar een circulaire economie, een andere invulling

van eigenaarschap, de aanpak van de coronacrisis – het zijn vraagstukken die iedereen aangaan. Ze vragen erom: maak met elkaar die pas op de plaats, ontmoet elkaar en ontdek: wat zijn onze waarden, in wat voor samenleving willen wij leven? In een vrije samenleving kan iedereen, op voet van gelijkheid, over deze vraagstukken meespreken. Bedrijven, burgers en overheden. Het realiseren van een nieuwe economie kan ook niet zonder dat publieke gesprek. Het maakt er integraal onderdeel van uit. Als je werkelijk dienstbaar bent aan de samenleving, dan stimuleer je dit gesprek. Alleen dan kan gemeenschapszin ontstaan.

**“HET GESPREK OVER EEN
GEMEENSCHAPPELIJKE WERELD VOER JE
MET ELKAAR ALS BURGERS, NIET ALS
VERTEGENWOORDIGER VAN DEELBELANGEN”**

HENRIËTTA JOOSTEN:
“REALISEREN NIEUWE
ECONOMIE KAN NIET ZONDER
HET PUBLIEKE GESPREK.”

De beweging van *shareholder* naar *stakeholder* denken is een groot goed. Maar daarmee is nog niet gewaarborgd dat we samen – in vrijheid en op voet van gelijkheid – spreken over de wereld die we met elkaar delen. Het gesprek over die gemeenschappelijke wereld voer je met elkaar als burgers, niet als vertegenwoordiger van deelbelangen.

FINANCIAL ETHICS

Ons associate lectoraat draagt actief bij aan nieuwe manieren van denken én doen. Eén onderzoekslijn richt zich op het publieke aspect van het werk van financieel professionals en luidt: hoe kunnen (aankomende) professionals in het financiële domein het publieke gesprek stimuleren over vraagstukken die ons allen aangaan – en zo bijdragen aan een vrije en veerkrachtige samenleving?

Hierbij laten we ons inspireren door het gedachtegoed van Hannah Arendt (1906-1975). Deze politiek denker heeft uitgebreid geschreven over ‘het publieke’. Ze verbindt de inzet van wetenschappelijke kennis en technologie met het politieke vraagstuk: willen we daadwerkelijk leven in de wereld die we aan het scheppen zijn?

Dit klinkt filosofisch – en dat is het ook. Maar wij geven hier concreet handen en voeten aan. We ontwikkelen tools en organiseren activiteiten zodat (aankomende) professionals beter uitgerust zijn om het publieke gesprek over de gedeelde wereld te bevorderen. Het lectoraat publiceert op haar beurt weer over deze activiteiten.

PUBLIEKE SFEER

In samenwerking met het Centrum Meervoudige Waardecreatie (CMW) organiseerden we twee webinars over de publieke sfeer. Vier bedrijven, een non gouvernementele organisatie, studenten van de minor Circulaire Economie, regisseurs en onderzoekers van het CMW deden mee.

Na een korte kennismaking met het werk van Hannah Arendt gingen de deelnemers in break out groepjes, samen met een deelnemende organisatie, aan de slag. Elk groepje boog zich over de vraag hoe deze organisatie het publieke gesprek over de maatschappelijke impact van het werk van de organisatie kan bevorderen.

Een van de deelnemers was Green Cross Nederland, die wil bijdragen aan een veerkrachtige en duurzame toekomst voor de aarde en haar bewoners. Dat doet zij onder meer door de opzet van een ideëel Sprekerscollectief: *Speakers for Awareness*. Het is een digitaal marktplaats voor sprekers die met hun kennis en ervaring willen bijdragen aan ecologische, sociale en economische duurzaamheid. Organisaties, bedrijven en overheden kunnen deze sprekers inhuren; de sprekers doneeren hun honorarium aan duurzame projecten.

Tijdens het webinar werd duidelijk dat Green Cross via het sprekersplatform zelf niet deelneemt aan het publieke gesprek. Maar het platform is wel een structuur waarmee Green Cross de kans vergroot dat er – ook binnen ondernemingen

“WILLEN WE DAADWERKELIJK LEVEN IN DE WERELD DIE WE AAN HET SCHEPPEN ZIJN?”

– over de noodzaak van meer duurzaamheid in het beleid wordt gesproken. Ze creëert omstandigheden die het publieke gesprek over de gedeelde wereld stimuleren.

OP WINST GERICHT

Deelnemer Mark Hofman van OFN maakte duidelijk dat ook op winst gerichte ondernemingen het publieke gesprek over de vormgeving van de gedeelde wereld daadwerkelijk stimuleren. OFN ontwerpt, produceert en onderhoudt producten voor de buitenruimte – met de nadruk op maatoplossingen, circulariteit en CO2-reductie. Tijdens de break out sessie bracht Hofman het voorbeeld in van een streekvervoerder die van plan was een buslijn te vergroenen. Vraag was of zij mee wilden denken en OFN adviseerde de volgende aanpak: bedenk vijf verschillende ‘groene’ halteplaatsen, bijvoorbeeld circulair, energieneutraal en gezond. Ga vervolgens ideeën ophalen bij de wijkbewoners die gebruik gaan maken van de bushalte. Jaag de discussie aan. Betrek de mensen in de wijk bij de keuze en inrichting. In plaats van, als expert, van bovenaf aan te geven wat het beste past bij een wijk. Met deze aanpak bevordert je de acceptatie omdat je samen bepaalt wat belangrijk is. Dit is ook goed voor het beheer en de instandhouding. Wijkbewoners voelen zich meer eigenaar. Je zou kunnen zeggen: burgers verzamelen zich rondom de halteplaats en spreken samen – op voet van gelijkheid – over de inrichting van hun wijk. Samen mét mensen in de wijk bepalen wat belangrijk is als het om de gedeelde woonomgeving gaat. Op deze manier stimuleert OFN het publieke gesprek over de (her)inrichting van de gebouwde omgeving.

Hofman gaf ook aan dat overheidsregels voor het aanbesteden vaak in de weg zitten. De institutionele regels knellen. Bovendien zijn veel (semi)overheidsinstanties gewend om ‘op te leggen’. Willen we verduurzaming – in overleg met burgers – stimuleren, dan moeten we het eigenaarschap op een andere manier organiseren. Dan kan pas participatie van onderaf ontstaan.

Hiermee brengt Hofman een belangrijk onderwerp van publiek gesprek in: aanbestedingsregels en eigenaarschap van de ‘dingen’ in de publieke ruimte. Regelmakers, bedrijven en burgers zouden, zo nu en dan, met elkaar vanuit het perspectief van de gedeelde wereld over deze onderwerpen in gesprek moeten gaan. Even los van de waan van de dag. En los van alle bestaande belangen. Maar ‘gewoon’, als medebewoners van deze aarde.

BREDE BEWEGING

De break out groep rondom Ubbink, verduurzamer van gebouwen, concludeerde dat producten die niet rechtstreeks zichtbaar zijn in de openbare ruimte minder interesse van burgers opwekken. Klanten kopen producten zoals een rookgasafvoer of het bevestigingsmateriaal voor zonne-energiesystemen vaak zonder enig besef van de impact van deze producten voor de samenleving. Hoe kun je burgers stimuleren om zich met deze impact bezig te houden? Hoe kun je een beweging in gang zetten? Welke rol kan transparantie hierbij spelen?

Ook hier spelen institutionele regels een rol. In hoeverre vinden we als samenleving dat externe kosten doorberekend moeten worden in de prijs? Of beter nog: vinden we dat bedrijven verplicht zijn om circulair (in een netwerk van bedrijven) te ondernemen? Al deze vragen lenen zich voor publieke reflectie. Maar ook hier weer: mét burgers. Circulariteit gaat iedereen aan.

GEDEELDE WERELD

We zijn niet gewend om – al is het maar voor even – de gedeelde wereld en het algemeen belang voorop te stellen. Zo ging de break out sessie met ATAG in eerste instantie over ieders persoonlijke beleving van koken, en welke gebruikerswensen je hebt: wel of niet stomen. Later in de sessie werd een samenwerkingsproject tussen ATAG en een woningcoöperatie onderwerp van gesprek. ATAG blijft eigenaar van de keukenapparatuur die in de woningen van de coöperatie worden geplaatst. Huurders kunnen aangeven welke apparatuur ze in hun keuken willen. De kosten worden doorberekend in de huur. ATAG verzorgt het onderhoud en de verwachting is dat apparatuur kan worden hergebruikt en langer meegaat. Samen over de mogelijke inrichting(en) van keukens spreken – ATAG, woningcoöperatie en bewoners. Dat is een mooie stap richting het denken in termen van ‘de gedeelde wereld’.

MEDEWERKER ÉN MEDEBEWONER

De technologische innovaties van Signify hebben (potentieel grote) impact op het samenleven. Wat voor samenleving creëren we met deze technologieën? En is dat ook de wereld waarin we *willen* samenleven? Deze vragen beantwoord je niet als

HENRIËTTA JOOSTEN

Henriëtta Joosten is bedrijfskundige en gepromoveerd filosoof. Ze werkt als associate lector Financial Ethics bij de HAN University of Applied Sciences (www.han.nl). Een van de kernvragen van het lectoraat is hoe je als financieel professional de ruimte opent voor moreel beraad. Binnen organisaties én in de publieke ruimte. Daarnaast is ze auteur van *De publieke sfeer in de 21e eeuw. Hannah Arendt als gids voor professionals* (2019) en *Streven naar beter. Nietzsche als gids voor het hbo* (2016). Voor meer informatie over publicaties: www.henriettajoosten.nl

medewerker van bedrijf ‘X’, maar als medebewoner van deze wereld. Met ruimte voor ieders eigenheid. Volgens de deelnemers aan de Signify-sessie is het hierbij een uitdaging om uit de eigen ‘(bedrijfs)bubbel’ te breken. Voor je het weet sluit je andersdenkenden uit of denk je wel te weten hoe anderen denken. En verval je in de expertrol.

DIGITALE PUBLIEKE SFEER

Techniek helpt ons om contact te leggen. En tijdens een lockdown is een online gesprek beter dan niets. Maar je kan vraagtekens zetten bij een digitale publieke sfeer – en niet alleen omdat de techniek ons wel eens in de steek laat en online gesprekken vermoeiend zijn. Deelnemer Ruben de Blois, van Green Cross: “Hyde Park in Londen is het huidige agoraplein, zou je kunnen zeggen. Hoe behouden we de traditie van pleinleven in een wereld die steeds meer digitaliseert? Ik bespeur een onuitgesproken aanname dat het publieke domein zich gaat verplaatsen naar een digitale sfeer [...]. Ik maak mij zorgen om de daarin afwezige of sterk verminderde non-verbale communicatie en een gedeelde omgeving.”

Online omgevingen sluiten bij voorbaat uit. Zo is een kwart van de burgers in Nederland niet digitaal vaardig en zal dat ook niet worden. En voor stil verzet is geen ruimte in online meetings. Alleen wanneer je het woord neemt, kom je in beeld. Terwijl publiekelijk ruimte innemen op zichzelf al een betekenisvolle daad kan zijn. Denk maar aan de in rood geklede ouders die in 2019 tijdens de discussie over de toeslagenaffaire op de tribune van de Tweede Kamer zaten. Hun aanwezigheid sprak boekdelen.

Een duurzame en menselijke economie vergt fundamentele veranderingen in ons handelen én denken. Door met een andere bril hiernaar te kijken – in dit geval een ‘publieke sfeer’-bril – ontstaan nieuwe handelingsperspectieven. ■

“EEN DUURZAME EN MENSELIJKE ECONOMIE**VERGT FUNDAMENTELE VERANDERINGEN****IN ONS HANDELEN ÉN DENKEN”**

Dit essay is een verdere uitwerking van eerdere berichten uit de nieuwsbrief van het Centrum Meervoudige Waardecreatie van de HAN