

PERSBERICHT

Utrecht, 11 oktober 2013

Social intelligence sleutel tot duurzaamheidsdoorbraak in Nederland *Motivaction presenteert onderzoek naar rol duurzaamheidsprofessionals*

Een duurzaamheidsdoorbraak in Nederland blijft achter. Martijn Lampert, research director Motivaction, stelt dat de duurzaamheidsvoorhoede een kanteling kan realiseren als ze zich sterker verbindt met *change makers* in de samenleving en beslissers in het bedrijfsleven. De *change makers* uit het onderzoek hebben uitgebreide netwerken, speuren naar nieuwe oplossingen en enthousiasmeren anderen. Ook zij hechten aan aspecten van duurzaamheid, maar vaak vanuit andere motivatie, zoals interesse voor technologie, trends of innovatie. Volgens Lampert moet de duurzaamheidsvoorhoede zichzelf vernieuwen en haar banden met andersdenkenden versterken. Hij onderzocht de rol van deze voorhoede in Nederland en presenteerde de resultaten gisteren tijdens de Ray Anderson-lezing. Voorafgaand aan zijn lezing liet Gunter Pauli, grondlegger van De Blauwe Economie, zien hoe een bedrijf zowel duurzaam als economisch succesvol kan zijn. Duurzaamheidskoploper Interface en de MVO Nederland Academie organiseren de lezing jaarlijks op de Dag van de Duurzaamheid.

Aan de hand van het Mentality-model* (zie bijlage) van Motivaction laat Lampert zien dat een groot deel van de duurzaamheidsvoorhoede uit postmaterialisten* bestaat. Dit zijn maatschappijkritische idealisten die zichzelf willen ontplooiën, stelling nemen tegen sociaal onrecht en opkomen voor het milieu. "Zij zijn matig vertegenwoordigd onder de *change makers* en de beslissers in het bedrijfsleven", aldus Lampert. "Dat zijn vooral de opwaarts mobielen*, de kosmopolieten* en de nieuwe conservatieven*: nieuwsgierige en gedreven mensen met een ondernemende instelling. Postmaterialisten blinken uit in inhoudelijke kennis en minder in enthousiasmeren en veranderkracht. Daar zijn deze drie groepen juist heel goed in. Door meer samen te werken hebben zij de ideale combinatie van vaardigheden voor een doorbraak. Maar dan moet de duurzaamheidsvoorhoede wel eerst in de schoenen van andersdenkenden gaan staan en met eigen idealen actief aansluiten bij hun waarden, motivaties en manier van denken. Pas dan komt er versnelling op gang."

Remmende factoren

Lampert: "Een andere remmende factor voor een doorbraak is de oververtegenwoordiging van postmaterialisten onder de babyboomers en de onderverteenwoordiging onder jongeren, de generatie die de toekomst gaat maken. Daarnaast zijn twee belangrijke Mentality-milieus (de moderne burgerij* en de gemaksgewoonteden*) milieumoe en hebben zij een aversie tegen milieuactivisme ontwikkeld. Daar speelt de juiste communicatie (passend bij hun motivatie) een belangrijke rol. Om deze groep met duurzame alternatieven te bereiken spelen prijs, *fun* en rolmodellen een prominente rol."

Social Intelligence

Omdat de duurzaamheidsvoorhoede achterblijft als *change maker* stelt Lampert dat het hoog tijd is voor een aanpak die tactisch gebruik maakt van *social intelligence* om duurzaamheidsdoelen te bereiken. Dat kan door bewust aan te sluiten bij trends, *change makers*, nieuwe generaties én doelbewust de brug te slaan naar andere mentaliteitsgroepen in de samenleving. *Social Intelligence* is het vermogen om de drijfveren, emoties en doelen van anderen in hun sociale context te begrijpen, gedrag te beïnvloeden en daadwerkelijk te zorgen voor verandering. Het draait bij deze aanpak om inleven, luisteren én verleiden.

Ray Anderson-lezing

De Ray Anderson-lezing is een jaarlijks terugkerend evenement. Interface en de MVO Nederland Academie organiseerden het dit jaar voor de derde keer ter nagedachtenis aan Ray Anderson, MVO-pionier van het eerste uur en oprichter van Interface. Het doel: ondernemers inspireren. Tijdens het evenement geven duurzame en inspirerende pioniers uit het bedrijfsleven hun visie op maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO). Gunter Pauli gaf dit jaar zijn visie op De Blauwe Economie. In deze economie maken bedrijven en individuen gebruik van wat er is en kunnen zij hierdoor meerdere cashflows genereren en tegelijkertijd duurzaam ondernemen en consumeren. Aansluitend liet Martijn Lampert zien hoe een doorbraak in dit denken gerealiseerd kan worden. Na afloop van de lezingen konden de deelnemers kiezen uit diverse workshops waarin de visies van beide sprekers werden vertaald naar de praktijk.

Over Motivaction

Motivaction is een fullservice marktonderzoeksbureau met ruim 80 medewerkers. Zij levert inzicht in markt en samenleving op basis van kwantitatief en kwalitatief onderzoek en maakt gebruik van sociaalwetenschappelijke methoden. Hoogwaardig gekwalificeerde medewerkers en moderne onderzoekstechnologie worden ingezet voor de beste totaaloplossing op maat per klant. Motivaction heeft veel kennis over wat mensen drijft en levert een scherp zicht op trends en ontwikkelingen in markt en samenleving. Zij adviseert haar opdrachtgevers bij het nemen van de juiste beslissingen over marketingvraagstukken en heeft een grote expertise op het gebied van doelgroepen. Voor opdrachtgevers combineert zij kwantitatieve en kwalitatieve onderzoeksspecialismen met kennis van organisaties en de omgeving waarin deze actief zijn. Kijk voor meer informatie op www.motivaction.nl.

Over De Blauwe Economie

“Door naar natuurlijke systemen te kijken en meerdere voordelen te halen uit wat je al hebt, kunnen we komen tot een duurzame manier van produceren en consumeren.” Dat is wat Gunter Pauli, voormalig directeur van Ecover en lid van de Club van Rome, laat zien in De Blauwe Economie. Hij beschreef in zijn boek hierover hoe bedrijven door meerdere cashflows te creëren, juist ook meervoudige waarden kunnen realiseren en daardoor zowel ecologisch, sociaal als economisch succesvol opereren. Elektriciteit uit banaanschillen, het kweken van paddenstoelen op koffiedrap, papier van steen, bioraffinage op basis van distels en het vissen zonder net als een walvis zijn allemaal voorbeelden die in de praktijk al worden toegepast en leiden tot winstgevendende nieuwe business modellen. Kijk voor meer informatie op www.gunterpauli.com.

Over Interface

Interface is wereldmarktleider in het ontwerpen en produceren van innovatieve modulaire design vloerbedekking. Het was één van de eerste bedrijven die zich publiekelijk committerde aan duurzaamheid door middel van haar missie een herstellende bijdrage te leveren aan milieu en maatschappij. Zij heeft hierbij de principes van biomimicry - het leren van de natuur - en het framework van The Natural Step toegepast, zodat zij haar ambitieuze doelstellingen continu in concrete resultaten heeft weten te vertalen. Interface eindigt al jaren in de top drie in het duurzaamheidsonderzoek Sustainability van Globescan. Recent won Interface de International Green

Award als meest duurzame grote onderneming ter wereld. Het bedrijf richt zicht op het creëren van meervoudige waarden en probeert zowel technologische, biologische en sociale cirkels te sluiten. Kijk voor meer informatie op www.interface.com.

Over MVO Nederland

MVO Nederland inspireert, verbindt en versterkt bedrijven en sectoren om steeds verdergaande stappen te zetten op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO). 'Samen veranderen' is het motto van deze nationale kennis- en netwerkorganisatie. Haar ambitie is dat het Nederlandse bedrijfsleven wereldwijd wordt gezien als een inspirerend voorbeeld van MVO en duurzaamheid. Sinds haar oprichting in 2004 is MVO Nederland uitgegroeid tot hét startpunt voor alle ondernemers die hun bedrijfsvoering willen verduurzamen. Inmiddels hebben meer dan 2.000 bedrijven en organisaties zich als partner bij MVO Nederland aangesloten. Elke maand komen daar tientallen partners bij. Deze ondernemingen komen uit alle sectoren en variëren van MKB tot multinationals. MVO Nederland ondersteunt hen met praktische tips, kennisdossiers, praktijkvoorbeelden, trainingen en branchespecifieke of themagerelateerde netwerken. Speerpunthema's zijn circulaire economie, internationaal maatschappelijk verantwoord ondernemen/ketenverantwoordelijkheid, mens & werk, MVO-implementatie en transparantie. De activiteiten van MVO Nederland worden projectmatig gefinancierd door zowel overheden als de aangesloten bedrijven en organisaties. Kijk voor meer informatie op www.mvonderland.nl.

NOOT VOOR DE REDACTIE

Voor meer informatie en beeld in hoge resolutie kunt u contact opnemen met Annemieke Groenenboom, communicatiemanager MVO Nederland, 06 31976447, a.groenenboom@mvonderland.nl.

Martijn Lampert is beschikbaar voor interviews. U kunt hiervoor een verzoek indienen.



Bijscript: Martijn Lampert (Motivaction) presenteert onderzoek tijdens Ray Anderson-lezing

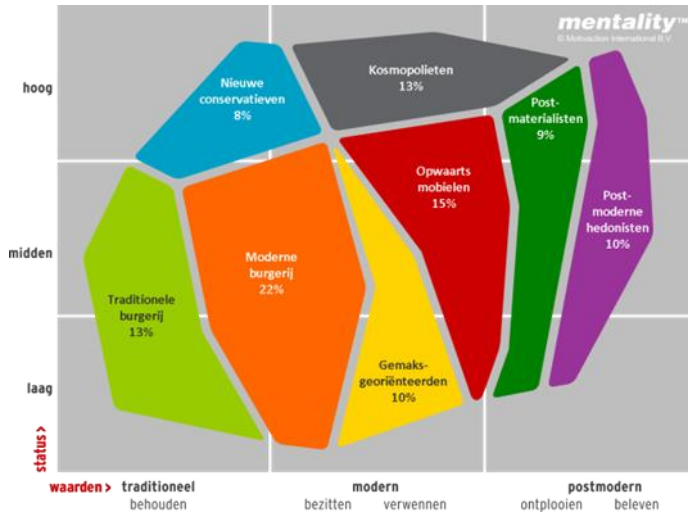


Bijlschrift: Gunter Pauli spreekt over de blauwe economie tijdens Ray Anderson-lezing

Bijlage: Beknopte beschrijving Mentality milieus

Motivaction onderscheidt 8 Mentality milieus in Nederland op basis van jarenlang onderzoek naar waarden en drijfveren in Nederland. Voor meer informatie: www.motivaction.nl/mentality.

Mentality milieus in Nederland



Nieuwe conservatieven: De liberaalconservatieve maatschappelijke bovenlaag die technologische ontwikkeling omarmt en zich verzet tegen sociale en culturele vernieuwing.

Opwaarts mobielen: De carrièregerichte individualisten met een uitgesproken fascinatie voor sociale status, nieuwe technologie, risico en spanning.

Postmaterialisten: De maatschappijkritische idealisten die zichzelf willen ontplooiën, stelling nemen tegen sociaal onrecht en opkomen voor het milieu.

De kosmopolieten: Kritische wereldburgers die postmoderne waarden als ontplooiën en beleven integreren met moderne waarden als succes, materialisme en genieten.

Postmoderne hedonisten: De pioniers van de beleveniscultuur, waarin experiment en het breken met morele en sociale conventies doelen op zichzelf zijn geworden.

De gemaksgeoriënteerden: De impulsieve en passieve consument die in de eerste plaats streeft naar een onbezorgd, plezierig en comfortabel leven.

Traditionele burgerij: De moralistische, plichtsgetrouwe en op de status-quo gerichte burgerij die vasthoudt aan tradities en materiële bezittingen.

Moderne burgerij: De conformistische, statusgevoelige burgerij die het evenwicht zoekt tussen traditie en moderne waarden als consumeren en genieten.