Date : March, 27 , 2010 Publication : Burger Die - Sake 24 Page Number : 26

Maatskappye 'dink nie vanself groen'

Verbruikers kan sakesektor oorreed om omgewingsvriendelik te werk

Francois Williams, Kaapstad

Terwyl Suid-Afrikaanse maatskappye hul Europese eweknieë vooruit is wat betref korporatiewe maatskaplike investering, is hulle nog agter wat omgewingsbewustheid en groen-kwessies soos klimaatsverandering betref, sê mnr. Jako Volschenk, spesialis in omgewingsfinansies aan die Universiteit van Stellenbosch Bestuurskool.

Volschenk sê dit is naïef om te glo maatskappye gaan iets oor byvoorbeeld klimaatsverandering doen bloot omdat hulle meen dit is die regte ding om te doen. Maatskappye doen gewoonlik net iets as dit hul risiko sal verminder of hul inkomste sal verhoog. Hulle sal dus geneig wees om net die minimum te doen om aan omgewingsvoorskrifte te voldoen.

Navorsing het getoon waar maatskappye wel uit hul pad uit gaan om volhoubaarheidskwessies en die omgewing voorop te stel, is dit grootliks om hul reputasie uit te bou, en omdat hul kliente daarop aandring.

Volschenk meen dit is waar 'n veldtog soos Earth Hour, wanneer mense wêreldwyd vanaand van 20:30 tot 21:30 hul ligte afskakel, as simboliese gebaar in die stryd teen klimaatsverandering, 'n rol kan speel om aan die sakesektor te wys hoe sterk die mag van die "groen" verbruikerstem kan wees.

Mnr. Jako Volschenk

Die sakesektor moet dus oortuig word dat stappe om "groener" te raak vir hom finansiële sin sal hê.

Terwyl klimaatsverandering die armes van Afrika die ergste raak, kan hulle nie veel daaraan doen nie, en is dit die welvarender deel van die gemeenskap wat wel iets kan doen. Navorsing het gewys mense wat dit kan bekostig, is byvoorbeeld heeltemal bereid om meer te betaal vir elektrisiteit as hulle weet dit kom van hernieubare bronne wat nie kweekhuisgasse vrystel nie.

Me. Natasha Bouwman

Net soos ander waarnemers vind Volschenk dat talle Suid-Afrikaanse sakeleiers nie heeltemal oortuig is van die wetenskap van klimaatsverandering nie. Vir hulle is daar nog onsekerheid oor of mensgemaakte kweekhuisgasvrystellings tot klimaatsverandering bydra, of aardverwarming eerder deur veranderings van die son veroorsaak word, en of daar hoegenaamd iets soos klimaatsverandering bestaan.

Tog is dit volgens hom bykans immoreel om neutraal te bly in die debat en niks te doen nie.

> "Dit is volgens Volschenk bykans immoreel om neutraal te bly in die debat en niks te doen nie.

Maatskappye wat proaktief is, veral na maatskappye se vertoning in die maatskaplike-verantwoordelikheidsindeks (SRI) waarin omgewingskwessies 'n al hoe groter rol speel. As die groot geld begin praat, begin maatskappye noodgedwonge omgewingskwessies en volhoubaarheid ernstiger opneem omdat dit hul reputasie onder beleggers raak.

Die voorskrifte in die jongste weergawe van die King-kode vir korporatiewe bestuur beteken maatskappye word gedwing om omgewingsvolhoubaarheid, hul blootstelling aan klimaatsveranderingsrisiko en hul optrede daaroor te integreer in hul verslagdoening.

Me. Natasha Bouwman van die Instituut van Direkteure se sentrum vir korporatiewe bestuur sê strategie, risiko, prestasie en volhoubaarheid het onskeibaar geword. Geïntegreerde verslae moet benewens finansiële prestasie inligting oor 'n maatskappy se omgewings-, maatskaplike en korporatiewebestuursvertoning gee.

Bouwman beklemtoon maatskappyverslae moet voldoende inligting oor 'n maatskappy se positiewe en negatiewe impak op die omgewing en gemeenskap bevat, asook inligting oor hoe hy oor die volgende jaar die positiewe gaan verbeter en die negatiewe gaan uitwis of verminder.