

'Purpose' vs 'profit': een valse tegenstelling

Purpose (zingeving) en profit (winstoogmerk) gaan hand in hand. Als een bedrijf de maatschappij niet dient op de lange termijn, zal de winst afnemen en uiteindelijk verdwijnen.

De vorkheftruckchauffeur

Het Amerikaanse bedrijf Interface is een van de grootste tapijtfabrikanten ter wereld. Het werd opgericht in 1973 en werd al snel een van de belangrijkste tapijtleveranciers aan het Amerikaanse bedrijfsleven. Al in 1994 realiseerde het management van Interface zich dat het bedrijf meer moest doen dan alleen geld verdienen en richtte het de focus op milieu-duurzaamheid. Later ging het nog een stap verder en lanceerde de bedrijfsleiding het programma 'Mission Zero': het elimineren van alle negatieve effecten van het bedrijf tegen 2020.

Een leidinggevende van een grote multinational bezocht in opdracht van haar directie de fabriek van Interface in LaGrange, Georgia, om te horen hoe de tapijtfabrikant omgaat met duurzaamheid. Ze reageerde zeer sceptisch op de bedrijfspresentatie en begreep niet waarom ze naar de tapijtfabriek was gestuurd. Tijdens een pauze liep ze de fabrieksvloer op en ontmoette een vorkheftruckchauffeur. Toen ze hem vroeg wat hij bij Interface deed, antwoordde hij: "Ik kom elke dag naar mijn werk om de aarde te helpen redden". Nadat de chauffeur een paar minuten met de bezoeker had gepraat, voegde hij eraan toe: "Ik wil niet onbeleefd zijn, maar als ik deze rol tapijt niet binnen een minuut naar die machine breng, zal onze uitstoot uit de hand lopen. Ik moet gaan."

Het oude standpunt

In 1970 schreef Milton Friedman zijn baanbrekende essay voor *The New York Times* met de titel 'A Friedman Doctrine: The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits'. Dit essay wordt over het algemeen gezien als markering van de toen nieuwe bedrijfsfilosofie van het 'aandeelhouderskapitalisme'. Daarin is de enige reden van bestaan voor bedrijven het creëren van maximale winst voor de aandeelhouders. We moeten echter vaststellen dat de meeste verwijzingen ernaar (in economische en journalistieke publicaties) zijn gemaakt zonder het essay echt te lezen. Want Friedmans visie is veel genuanceerder dan de promotie van aandeelhouderskapitalisme. Hij stelt dat de enige manier waarop een bedrijf zich kan richten op winst op lange termijn, is door de maatschappij te dienen. Friedman (1970): "(...) het kan heel goed op lange termijn in het belang zijn van een bedrijf dat een grote werkgever is in een kleine gemeenschap, om middelen te besteden aan het leveren van voorzieningen aan die gemeenschap of aan het verbeteren van het bestuur ervan. Dat kan het makkelijker maken om geschikte werknemers aan te trekken." Hieruit kunnen we concluderen dat zelfs die extreem winstgerichte visie veel minder *profit only* is dan algemeen gedacht.

Het nieuwe standpunt

De bedrijfswereld is aan het veranderen. In 2019 publiceerde Larry Flink, de CEO van BlackRock (de grootste vermogensbeheerder ter wereld met meer dan tien biljoen dollar beheerd vermogen) zijn jaarlijkse brief aan mede-CEO's en schreef: "Bedrijven die hun doel en verantwoordelijkheden jegens stakeholders vervullen, oogsten op de lange termijn beloningen. Bedrijven die ze negeren, struikelen en falen."

De stelling van Flink draait om de verwachting die leeft onder 'millennials', leden van de volgende generatie. Die verwachten doelgerichtheid van de bedrijven waarvoor ze werken, waarvan ze producten kopen en waarin ze beleggen. Millennials maken momenteel 35% van de beroepsbevolking uit en in de komende jaren zal de grootste vermogensoverdracht in de geschiedenis plaatsvinden, waarbij 24 biljoen dollar aan vermogen van babyboomers naar millennials zal worden overgedragen. Het lijkt logisch dat de woorden van de CEO van de grootste aandeelhouder van vrijwel elk beursgenoteerd bedrijf ter wereld als meer dan een vriendelijk advies zal worden beschouwd.

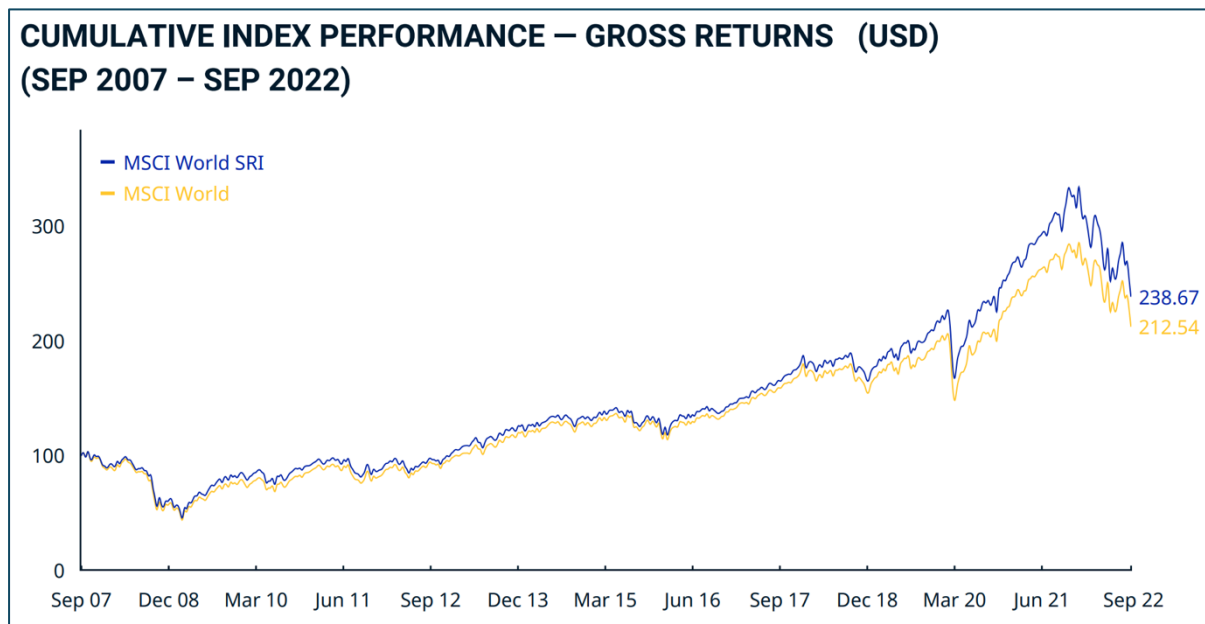
De onderbouwing van het standpunt

Het verhaal van de vorkheftruckchauffeur illustreert al dat mensen (lees: werknemers) die een reden hebben die verder gaat dan zichzelf, sterker gemotiveerd zijn en bereid zijn om verder te gaan dan wat strikt nodig is. Een verklaring voor het fenomeen van altruïsme kan worden afgeleid uit verschillende psychologische theorieën en experimenten. Deze eigenschap evolueerde bij homo sapiens (en waarschijnlijk ook bij andere dieren) omdat het de eenheid en dus de veerkracht van de groep versterkt. Fysiek creëerde de evolutie een systeem waarbij oxytocine, serotonine en dopamine vrijkomen in de hersenen wanneer we anderen helpen, toepasselijk 'de helpers high' genoemd.

De toepassing van dit idee op de werkplek werd geïllustreerd door onderzoek van A. Edmans (2012) waarin hij bedrijfswaarde afzet tegen werktevredenheid. De meting van bedrijfswaarde werd gedaan door toekomstige aandelenrendementen te nemen waarbij er werd vergeleken op risico, bedrijfskenmerken, prestaties in de sector en uitschieters en met de bedrijven die zijn opgenomen in de "100 Best Companies to work for in America", gepubliceerd en bijgewerkt door Forbes. Uit het onderzoek blijkt dat de top 100 bedrijven tussen 2,3% en 3,8% hogere aandelenrendementen genereerden dan hun collega's in de periode 1984-2011. Porter, Novelli & Cone (2019) toonden aan dat 89% van de Amerikaanse consumenten positief denkt over, 86% vertrouwen heeft in en 83% loyaal blijft aan bedrijven die een maatschappelijk doel vooropstellen. Verder illustreren ze dat de jongere generatie dit meeweegt bij de keuze voor een werkgever, waarbij werknemers bereid zijn een percentage van hun inkomen af te staan voor meer zingeving op het werk. Tot slot is er een verband tussen zingeving en een hogere productiviteit van werknemers (Kohli 2018).

Er is veel onderzoek gedaan naar de relatie tussen duurzaamheid en financieel rendement van bedrijven. Een metastudie ('ESG and Financial Performance: aggregated evidence from more than 2000 empirical studies') uit 2015 van Deutsche Asset Management en de Universiteit van Hamburg is een van de grootste en belangrijkste studies over dit onderwerp. Dit onderzoek bekeek het volledige universum van 2.250 academische studies die sinds 1970 over dit onderwerp zijn gepubliceerd, met gegevens die zich uitstrekken over vier decennia tot 2014. De conclusie was dat ESG in 62,6% van de metastudies een positieve bijdrage leverde aan de financiële prestaties van bedrijven en in slechts 10% van de gevallen negatieve resultaten opleverde (de rest was neutraal). Dit

punt wordt verder geïllustreerd door de consistente outperformance van de 'duurzame' MSCI World SRI-index ten opzichte van de 'gewone' MSCI World-index.



Conclusie:

Zoals de titel al aangeeft, is het idee dat een toename van 'purpose' een afname van de winst betekent, simpelweg ongefundeerd. De grondlegger van het aandeelhoudersmodel dacht er al zo over en de bovenstaande samenvatting laat hopelijk duidelijk zien dat '*purpose driven*' bedrijven beter presteren door de voorkeur van klanten, werknemers en investeerders. Wij mensen voelen ons gewoon beter als we iets goeds doen en dit verhoogt de motivatie, het uithoudingsvermogen en de productiviteit.

Bronnen

Friedman, M. (1970). A Friedman doctrine: The social responsibility of business is to increase its profits. The New York Times Magazine, 13(1970), 32-33.

Flink, I. (2019). LARRY FINK'S 2019 LETTER TO CEOS: Profit & Purpose
(<https://www.blackrock.com/americas-offshore/en/2019-larry-fink-ceo-letter>)

Inagaki, T. K., Haltom, K. E. B., Suzuki, S., Jevtic, I., Hornstein, E., Bower, J. E., & Eisenberger, N. I. (2016). The neurobiology of giving versus receiving support: the role of stress-related and social reward-related neural activity. Psychosomatic medicine, 78(4), 443.

Edmans, A. (2012). The link between job satisfaction and firm value, with implications for corporate social responsibility. *Academy of Management Perspectives*, 26(4), 1-19.

Novelli, P. Cone (2019). Feeling Purpose. 2019 Porter Novelli/Cone 2019 Purpose Biometrics Study.

Kohll, A. (2018). What employees really want at work. Forbes Media LLC.

Friede, G., Busch, T., & Bassen, A. (2015). ESG and financial performance: aggregated evidence from more than 2000 empirical studies. *Journal of sustainable finance & investment*, 5(4), 210-233.

Msci world SRI index Fact Sheet (<https://www.msci.com/documents/10199/641712d5-6435-4b2d-9abb-84a53f6c00e4>)

Verder lezen

Edmans, A. (2021). *Grow the Pie: How Great Companies Deliver Both Purpose and Profit—Updated and Revised*. Cambridge University Press.

Serafeim, George (2022). *Purpose + Profit: How Business Can Lift Up the World*. New York: HarperCollins Leadership.

Besley, T., & Ghatak, M. (2017). Profit with purpose? A theory of social enterprise. *American Economic Journal: Economic Policy*, 9(3), 19-58.