

Duurzaam, duurzaam, duurzaam – en nu wil ik dat woord nooit meer horen

Duurzaamheid is het spookwoord van de groene gekte. Het bewijs? Lees de brochure ‘Het Duurzaam Ondernemerschap van TNT Post’ en laat deze daarna in de spekstenen kachel in zijn eigen CO₂ stikken.

Jaffe Vink

Filosof.

Van 1988 tot 2006 chef van het katern Letter & Geest van Trouw. Voormalig hoofdredacteur van weekblad Opinio. Hij werkt aan het boek ‘Weg met de groene gekte – leve de chemische industrie’.

Ik verstuur tientallen e-mails per dag, maar af en toe loop ik met een handgeschreven brief naar de voorheen rode en nu oranje geschilderde brievenbus op de hoek van de straat. Het zijn twee brievenbussen, een op manshoogte en een op rolstoelhoogte. ‘Groen, groener, groenst!’ staat er in vette letters op de beide brievenbussen. En voor alle duidelijkheid: ‘TNT Post wordt steeds groener.’

Ik weet nog wat PTT betekent – Post, Telegraaf, Telefoon – maar ik heb geen idee wat TNT betekent. Misschien heb ik het ooit gelezen, vaagweg iets in het Engels. En ik dacht te weten dat dit nieuwe bedrijf alleen nog in post deed, maar juist de P van Posterijen is verdwenen, terwijl de T en T van *Telegraphy* en *Telephony* bewaard zijn gebleven.

Het kost enige moeite om wegwijs te worden in het abacadabra van afkortingen, maar dan gaat er ook een wereld open – TNT: *Thomas Nationwide Transport*. Vrij vertaald: we brengen brieven en pakjes rond in eigen land. Dat is niet meteen een firmanaam die je associeert met internationale ambities. En Thomas? Wie is die Thomas, die Tante Pos heeft geschaakt? Het blijkt zijn achternaam: Ken Thomas, een Australiër die in 1946 met één vrachtwagen een eigen transportbedrijf begon, dat enkele decennia later zijn eigen vliegtuigen heeft. En tot mijn verrassing zijn de zaken omgekeerd: Tante Pos heeft Thomas geschaakt. Of beter gezegd, Tante Pos was toen, het was 1996, al omgebouwd tot KPN, en zoals iedereen weet is dat de afkorting van Koninklijke PTT Nederland. Sommige afkortingen zijn een afkorting van een afkorting.

Dat is nog niet alles. Wie de verwikkelingen wil volgen van het bedrijf dat op 15 januari 1799 begon met ‘de openbare vervoering van brieven’ en dat zich nu toot met de wereldtitel van ‘Duurzaam Ondernemerschap’, moet nog even wat afkortingen verwerken. Na de overname van Thomas Nationwide Transport werden post en telefoon gesplitst. De afdeling post werd TPG Post. (Klantenservice: TPG Post = TNT Post Groep Post = Thomas Nationwide Transport Post Groep Post.) Met name vanwege de internationale ambities was er behoefte aan een naam waarmee de organisatie zich op buitenlandse markten goed kon positioneren”,

aldus de motivering voor deze naamgeving op de website van TNT. De afkorting PTT paste niet meer bij „het moderne en innovatieve postbedrijf, dat TPG Post vandaag is”. Dat was 1 mei 2002. Maar vier jaar later veranderde TPG Post haar naam in TNT Post vanwege de toenemende concurrentie in binnen- en buitenland. „Er is daarom gekozen voor één krachtig wereldwijd merk.” TNT!

Krachtig is het zeker. TNT is namelijk een springstof die veel wordt gebruikt vanwege zijn explosieve kracht. Trinitrotolueen is de naam. Kleur: geelbruin. Maar wat doet het er toe – met dit nieuwe merk wordt de bedrijfskleur voor geheel TNT oranje. En met dit heldere oranje heeft de ontwerpstudio een onderscheidende en krachtige huisstijl gemaakt, die we volgens het bedrijf kunnen typeren als een ‘postmodernistische vrolijkheid’. Je ziet het voor je: een tafel managers die zich laat inpakken door een paar artistieke gladjakkers. ‘Post-modernistische vrolijkheid.’ Het is de stijl van een schnitzel Picasso.

Ik ben bang dat hier in een glimp iets zichtbaar wordt van een onrustbarende ontwikkeling: hoe een heel bedrijf meegaat met de grillen van de tijdgeest.

Op de brievenbus op manshoogte zie ik gelukkig weinig postmodernisme, maar wat ik wel zie, boven de vette letters van ‘Groen, groener, groenst!’, is de afbeelding van een vredig landschap, met een vrachtauto van TNT, een bestelauto van TNT en een fietsende postbode van TNT. Een weiland met paardebloemen, een paar eikenenbomen, een houtwal – en daar gaan de TNT’ers, op weg naar de volgende brieven-

Je ziet het voor je: een tafel managers die zich laat inpakken door wat artistieke gladjakkers

bus. Het is het land van Ot en Sien.

Het bedrijf heeft net een nieuw hoofdkantoor in Shanghai geopend, het had in 2007 een van de grootste pakjesvervoerders van China overgenomen en het wil nummer-1 worden in de Grote Volksrepubliek. ‘TNT China heeft grote ambities.’ Hetzelfde recept in India: het heeft daar *Speedage Express Cargo Services* overgenomen en wil in 2010 marktleider in India zijn. Brazilië hetzelfde. Chili ook.

Waarom presenteert een internationaal transportbedrijf zich op een zandweg? ‘TNT Post maakt zich sterk voor een groenere wereld.’ We gaan het stap voor stap volgen. Het staat al-

lemaal netjes op hun website. Kop: ‘Denk groen, doe groen.’ „De klimaatverandering is een probleem waar vandaag de dag niemand meer omheen kan.” Het bedrijf wil een ambitieus programma starten – het woord ambitieus komt in elke alinea voor – om „onze CO₂-uitstoot drastisch te verminderen”. Maar „wij kunnen de strijd niet alleen aan” – het gaat hier om een strijd – „en roepen iedereen op om ook een bijdrage te leveren. Doe ook mee.” (zie www.tntpost.nl/voorthuis/groen)

Ik had niet verwacht dat ik in het actieprogramma van ‘Groen, groener, groenst!’ al in de tweede zin zou worden aangespoord om ook zelf de strijdbijl op te nemen, maar ik doe graag mee. „Benieuwd hoe u kunt bijdragen aan minder CO₂-uitstoot? Ga dan direct naar Tips voor thuis.”

Het eerste rijtje tips geeft een opsomming van het energieverbruik van een gemiddeld gezin. Zo lees ik dat 3 procent van de energiehuishouding wordt besteed aan ‘scholing’. Ik moet hierop bezuinigen vanwege de CO₂-uitstoot, maar ik vind het wel jammer dat ik juist op scholing moet bezuinigen. Er moet ook iets gebeuren aan de ‘huishoudelijke inboedel’ (8 procent) en het ‘koelen’ (2,3 procent) en ‘wassen’ (3 procent). Onderaan staat een bronvermelding. De tips blijken afkomstig uit een boek van Jeroen Trommelen, milieuredacteur van *de Volkskrant: Stop de broeikas*. Er volgt meteen een tweede rijtje: ‘Wat kun jij doen?’ De klant van TNT wordt gezellig getutoosd. ‘Jij!’ kunt de uitstoot van broeikasgassen verminderen door een ‘spekstenen houtkachel’ (16,1 procent) en ook door ‘niet vliegen’ (15 procent). Ik vlieg niet zo veel, maar als ik het goed begrijp geeft TNT, dat het supersonische transport tot zijn handelsmerk heeft gemaakt, mij het advies om terughoudend te zijn met vliegen. „Klimaatneutraal vliegen kan alleen door de uitgestoten CO₂ elders te compenseren, zoals in de aanleg van nieuwe duurzame bossen.” Als TNT dat zelf ook doet, dan moet heel Au-

stralië inmiddels een oerwoud zijn en heeft het bedrijf nu meer boswachters in dienst dan postbodes.

Ik ga maar eens aan de slag met die ‘spekstenen houtkachel’, want die 16,1 procent vermindering van de CO₂-uitstoot moeten we halen. Volgens rijtje 2 moet ik ook het gebruik van mijn computer halveren, maar ik ga toch stiekem googelen, want ik weet niet wat dat voor een kachel is. Ik kom terecht op het ‘Ecologieforum’, waar je vragen kunt stellen over zelfgemaakte briketten van paardenmest, *earthship*, permacultuur, de droogtijd van populierenhout, *rawfoodists*, zelf yoghurt maken en over spekstenen houtkachels.

Een bezoeker van het ecologieforum heeft een vraag: „Ik heb een probleem met mijn kachel. Ik heb een Wamsler Nova B aangeschaft en aan laten sluiten. Nu duurt het echter erg lang voordat ik ook maar iets aan warmte van de speksteen voel en het hout gaat erdoor als warme broodjes. Wie kan mij verder helpen, zodat ik het wel warm in mijn kamer kan krijgen?” Antwoord: „Uw kachel is niet te vergelijken met een vollmassieve speksteenkachel, als dat een antwoord op je vraag is.” Ik heb de vraag doorgestuurd naar de klantenservice van TNT. Maar wat doet het bedrijf nu zelf in de strijd voor groener-groenst? Na de Tips voor thuis komen de Groene initiatieven. „TNT probeert niet alleen een bijdrage te leveren aan de strijd voor een beter klimaat.” Dit wordt even opletten, want ze gaan het nog breder trekken. „Het duurzaam ondernemen van TNT omvat veel meer aspecten, zoals een samenwerking met het *World Food Programme* en een breed diversiteitsbeleid.” Die diversiteit, dat zal wel zijn dat er vrouwen en allochtonen en jongeren en rolstoelhockeayers op alle posities binnenstromen. In het jargon van een weldoervoed adviesbureau. „Wat doe je als je een organisatie bent, waarin de gemiddelde werknemer wit, man en van middel-

bare leeftijd is?” Ik zie nu ook dat de vrolijk zwaaiende postbode in dat brave landschap op de brievenbus een vrouw is, ze rijdt voorop, op weg naar de top, maar ik weet niet zo goed wat een diversiteitsbeleid te maken heeft met Groene initiatieven. Ik zie in de gauwigheid ook geen nadere uitleg, dus ik wend mij tot de rubriek ‘Stel hier uw vraag’. Ik heb een eenvoudige vraag: „Wat is een breed diversiteitsbeleid?” Antwoord: „Diversiteitsbeleid is onbekend. Je bedoelde waarschijnlijk diversiteitbeleid.” Ik heb dit nieuwerwetse woord net van hun eigen site gekopieerd, maar als het een pagina verder een andere spelling krijgt, ik vind het best. Vraag: „Wat is een breed diversiteitbeleid?” Antwoord: „Er zijn geen directe antwoorden gevonden op uw vraag.”

Als een Nederlandse multinational, die aan de lopende band bedrijven overneemt van China tot Brazilië – “We hadden al een groot bedrijf in het zuiden en oosten van Brazilië, nu hebben we het noorden en westen erbij gekocht” – even geen tijd heeft om de Hollandse website tot in de puntjes te verzorgen, een kniesoor die erover valt, dus we gaan snel verder met de samenwerking met het World Food Programme. Het is een organisatie van de Verenigde Naties die jaarlijks voedselhulp levert aan ongeveer 90 miljoen mensen, van wie meer dan de helft kinderen, in meer dan 80 landen. Ik begrijp dat TNT niet alleen het klimaat wil redden, maar ook de honger wil bestrijden. Op een foto zien we postbode Johan Roefs uit het kerkdorp Spoordonk, gemeente Oirschot, bezig met het metselen van een muurtje in Malawi. Op de achtergrond figureert een zwarte schoolklas – zonder troffels. Zo te zien is Johan een blanke man van middelbare leeftijd, die er bij het diversiteitbeleid doorheen is geglipt, maar met dat muurtje gaat het helemaal goed komen.

Ik gun de postbode zijn gesponsorde metselvakantie van harte, maar je vraagt je wel af of die honderdduizenden werkloze Malawische mannen niet zelf zo’n muurtje kunnen metselen; zo moeilijk is dat toch ook weer niet. En dan kan TNT even een paar zakken cement sturen met de pakketpost.

Tien andere postbodes hebben het plan opgevat om van Barcelona naar Rotterdam te fietsen. Onderweg zullen ze diverse vestigingen van TNT in Spanje, Frankrijk en België aandoen om geld in te zamelen voor het bestrijden van de honger in Malawi. De tien zijn ook gekiekt. Bij een vaalgrijze loods van TNT op een bedrijventerrein, met de fiets in de hand, gekleed in het oranje sporttenue van de firma, staan ze daar te spaan, met achter hen een bestelbus en voor hen een mozaïek van twee scheefliggende putdeksels: tien aandoenlijke mannen met de beste bedoelingen. Ze zijn alleen veel te wit en veel te middelbaar. Laten we

TNT staat ook voor supersonisch transport, maar spoort mij (CO₂!) aan weinig te vliegen

hopen dat ze bruin en verjongd terugkomen. Als alles goed gaat, arriveren ze na een tocht van 1.600 kilometer in Rotterdam op het moment dat daar *Walk the World* van start gaat, dat is wereldwijd wandelen – vijf kilometer – om aandacht te vragen voor het hongerprobleem in de wereld, gesponsord door TNT, Unilever en DSM, met spetterende optredens van allerlei bands. Maar Unilever en DSM liggen achter. TNT is al voor de derde keer de nummer-1 van de *Dow Jones Sustainability Index*, de jaarlijkse ranglijst van de duurzaamheidsprestaties van de grootste bedrijven ter wereld. Ik download de brochure *Het Duurzaam Ondernemerschap van TNT Post*.

Hier moet, na alle wissewas, het geheim van de duurzaamheid worden onthuld. Hier moet de visie van TNT omtrent de groene wereld in heldere woorden beschreven staan. Wat is ‘Duurzaam Ondernemerschap’?

Op de titelpagina staat een boom in een heilig landschap. Tja. Met één zo’n boom in een landschap van niets en niemandal kun je je op geen enkele dia-avond vertonen.

We nemen een duik in de brochure. „ISO 9001 bewijst dat voor TNT Post de kwaliteit van de dienstverlening en de klanttevredenheid centraal staan.” Goed werk afleveren, dat is mooi, maar wat heeft dat te maken met groen, groener, groenst? En weet iedereen in deze transparante wereld wat ‘ISO 9001’ betekent? We gaan dapper verder, we zitten pas op pagina 3. „Uit de certificaten Investors in People en OHSAS 18001 blijkt dat TNT Post hecht aan goed personeelsmanagement met ontwikkelingskansen voor medewerkers.” Ik heb weleens zinnen van Georg Wilhelm Friedrich Hegel gelezen en die waren een wonder van helderheid, vergeleken met dit bedrijfsproza. En ontwikkelingskansen voor medewerkers? Er verdwijnen de komende jaren 11.000 banen. Erbij staat een foto van een gehalveerde postbode die over een onduidelijk laantje fietst. Ik hoop maar dat de goede man niet de verkeerde weg heeft genomen. Op de volgende pagina neemt de ‘Director Group HR bij TNT’ in twee alinea’s eindeloos het woord duurzaam in de mond – zonder iets te zeggen. „Daarnaast streven we zoveel mogelijk transparantie na.” Op pagina 10 komt een ‘Adviseur Duurzaamheid’ aan het woord. Duurzaamheid – het is het spookwoord van de groene gekte. En wat zegt de adviseur? Bij ons „staat duurzaam ondernemen steeds hoger op de agenda. Ons beleid is met elkaar te blijven praten over duurzaam ondernemen”. Had ik maar een spekstenen houtkachel, dan zou ik deze brochure in zijn eigen CO₂ laten stikken. Duurzaamheid – en nu wil ik het woord nooit meer horen.

Illustratie Rhonald Blommestijn