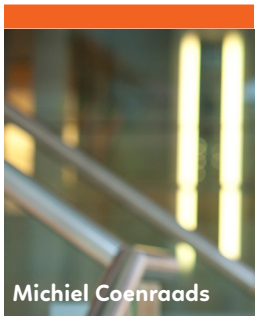
THEMA'S

Global-business-advocatenkantoor
Global 1000-klanten
Fortune 500-klanten
Advocaten in 40 landen
Innovatieve-businessadvocatenkantoor



Met strategie reputatieschade voorkomen

Juridische procedures worden ingezet om bedrijven te laten nadenken over maatschappelijke thema's. Reputatieschade is het grootste risico. Welke impact heeft dit op het stakeholdermodel? En hoe hou je hier rekening mee in de bedrijfsvoering? Advocaat bij DLA Piper Michiel Coenraads geeft internationaal opererende bedrijven advies.

"De strategie van ondernemingen wordt niet meer alleen bepaald door traditionele stakeholders als aandeelhouders en werknemers. Maatschappelijke aspecten spelen ook een rol. De tijd dat maatschappelijk verantwoord ondernemen windowdressing was, is echt voorbij. Belangengroeperingen willen meepraten als de strategie van de onderneming wordt geformuleerd. Dat gaat er niet altijd zachtzinnig aan toe. Deze ontwikkeling gaat gepaard met maatschappelijke en economische ontwikkelingen zoals internationalisering, flexibilisering en de enorme impact van publiciteit", stelt Michiel Coenraads. *"Global companies, global issues* – denk aan klimaatverandering, belastingontwijking en verantwoordelijkheid in de supply chain, maar ook aan corruptie. Nederlandse bedrijven die internationaal handelen hebben verantwoordelijkheid voor issues in het buitenland. Wat ver weg gebeurt, is hier relevant. Ondernemingen moeten nadenken over wat dit betekent voor hun strategie."

Coenraads: "Belangengroeperingen zorgen dat de stem gehoord wordt van mensen die eerder nog geen stem hadden. In de afgelopen jaren zien we dat belangengroepen juridische middelen steeds beter weten te vinden. Er wordt geprocedeerd tegen de overheid, bijvoorbeeld over klimaatverandering, luchtkwaliteit of vrouwenrechten. Dat blijkt een enorm succesvolle strategie; het heeft impact en zet thema's op de agenda. Wat wij nu zien, is dat deze krachtige strategie wordt uitgerold naar internationale ondernemingen. In de VS speelt dit al iets langer en het komt onze kant op. Nu worden ook bedrijven voor de rechter gesleept voor maatschappelijk relevante thema's."

PUBLIC NUISANCE LITIGATION

"Dé ontwikkeling van dit moment is dat er *global campaigns* worden opgezet. Het gaat dan om een mix van publiciteit, acties en *litigation* in verschillende landen. Procederen is niet primair gericht op winnen, maar op het genereren van publiciteit. En het geeft, soms ten onrechte, een zweem van rechtvaardigheid aan de campagne. Ik noem dit *Public Nuisance Litigation.* Juridische actie dus als campagnemiddel. De campagnes zijn gericht op een van de meest waardevolle *assets* van een onderneming – reputatie – en het kan er soms hard aan toe gaan. De doelen zijn vaak gerechtvaardigd, maar de middelen niet altijd. Het doel is reputatiebeschadiging. Lastig aan dit fenomeen is dat het gebaseerd is op conflict en niet op samenwerking en overleg, zoals we in Europa gewend zijn. Hoe ga je daar als onderneming mee om? Hoe bepaal je een strategie in deze snel veranderende wereld? Hoe gaan andere ondernemingen in je sector om met deze issues, en hoe bescherm je je reputatie? Wij denken mee met een geïntegreerde visie en onze ervaring in verschillende landen en sectoren. *Global campaign, global strategy."*

DLA Piper is een internationaal advocatenkantoor met advocaten in meer dan 40 landen in Amerika, Europa, het Midden-Oosten, Afrika en Azië. •

'Wat ver weg gebeurt, is hier relevant'

Lees en deel online