

► geld kort

Warenhuisketen V&D vraagt om uitstel van salarisverhogingen

Door een onzer redacteurs
ROTTERDAM. De directie van warenhuisconcern V&D heeft het personeel gisteren gevraagd de voor deze maand geplande loonsverhoging van 3,3 procent vrijwillig uit te stellen tot februari 2010. Daarmee hoopt het concern de omvang van een „door de recessie noodzakelijke” reorganisatie „drastisch omlaag” te brengen, aldus personeelsdirecteur Brent van Rossem. „Hoe groter de bijdrage van de medewerkers, hoe kleiner de reorganisatie.” Eerder noemde het concern een aantal van 500 banen die mogelijk moeten verdwijnen als de in de cao vastgelegde loonsverhoging wordt doorgevoerd. In onderhandelingen met de bonden vorige week heeft de directie volgens Van Rossem voorgesteld dat de reorganisatie beperkt kon blijven tot zestig banen als men volledig zou willen afzien van de loonsverhogingen. De bonden gingen hiermee echter niet akkoord, omdat V&D volgens hen weigerde banengaranties te stellen.

Verkoop motors lijdt fors onder recessie

AMSTERDAM. De verkoop van nieuwe motorfietsen is in de eerste helft van dit jaar met bijna 15 procent gedaald. In totaal werden er 9.853 motoren verkocht, tegen 11.566 stuks in dezelfde periode in 2008. Dit blijkt uit cijfers van branchevereniging RAI en dataverzamelaar RDC. Volgens een woordvoerder van RAI leed de verkoop erg onder de recessie. Ook het koude weer in de eerste maanden van dit jaar had een negatieve invloed. Het verkoopseizoen kwam daardoor laat op gang. RAI maakte vorige week al bekend dat de verkoop van auto's in de eerste zes maanden van dit jaar met 26 procent was gedaald. (ANP)

Kleine ondernemers krijgen lastig krediet

ZOETERMEER. Middelgrote en kleine ondernemingen in de bouw en de detailhandel hebben steeds meer moeite om krediet te krijgen. Van de bouwbedrijven die de afgelopen negen maanden een verzoek om financiering indienden, kreeg 61 procent nul op het rekest. Uit de zogenoemde Update Financieringsmonitor van onderzoeksbureau EIM blijkt dat de detailhandel lastig aan leningen komt. Iets meer dan de helft van de middelgrote en kleine ondernemingen in deze branche kreeg een afwijzing. (ANP)

Kredietcrisis ook in loonstijging te zien

DEN HAAG. In het tweede kwartaal van dit jaar lagen de cao-lonen 3 procent hoger dan een jaar geleden. Die stijging is daarmee een stuk lager dan in het eerste kwartaal. Toen waren de cao-lonen nog 3,7 procent hoger dan in het eerste kwartaal van 2008. Dat meldde het Centraal Bureau voor de Statistiek gisteren. In het bedrijfsleven lag de loonstijging in het tweede kwartaal op 3 procent. Bij de overheid gingen de lonen 2,8 procent omhoog, terwijl in de gesubsidieerde sector de lonen met 3,9 procent stegen. Ook in het eerste kwartaal gingen daar de lonen het hardst omhoog. (ANP)

Uitgaven toeristen zijn licht gedaald

DEN HAAG. Toeristen hebben vorig jaar 36,9 miljard euro uitgegeven aan toeristische goederen en diensten in Nederland. Dat is 2,8 procent meer dan in 2007. Dat meldde het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) gisteren. Gecorrigeerd voor inflatie daalden de toeristische uitgaven echter met 0,9 procent. Vooral de uitgaven van toeristen in de horeca stonden onder druk. (ANP)



Iedereen winkelt, maar nooit gecoördineerd.



Via internet kun je organiseren dat een grote menigte een dag bij één winkel komt kopen.



Dat wil elke winkelier wel! Als tegenprestatie investeert de winkelier een deel van de omzet van die dag in energiebesparing.



De winkelier die bereid is het meest te investeren, wordt de gelukkigste.



Een grote groep consumenten koopt één dag spullen die ze toch al nodig hebben bij die winkel.



De winkelier kan investeren in energiebesparing en krijgt gratis reclame. Iedereen wint.

Illustratie Roel Venderbosch

Langsgaan bij de groenste

Activisten van Carrotmob belonen groene winkels met bezoek

► De activistische beweging Carrotmob mobiliseert consumenten om bij groene bedrijven inkopen te doen.

► Een omgekeerde boycot noemt de organisatie het.

Door SANDER HEIJNE

ROTTERDAM. We kunnen groen vliegen, groen wonen, groen beleggen en groen eten. Er is groene energie en er zijn groene politieke partijen. En wie even geen geld wil uitgeven, kan groen sparen.

Maar hoe zit dat met lokale ondernemingen? Is je eigen slijter, slager, drogisterij of buurtwinkel wel groen? Als de Amerikaanse trend Carrotmob ook naar Nederland overslaat, bepaal je dat straks zelf.

De filosofie van de activistische beweging Carrotmob: het mobiliseren van consumenten om collectief te kiezen voor de groenste producten, waardoor bedrijven wel duurzaam moeten ondernemen als ze geld willen verdienen. Want volgens de beweging is de opwarming van de aarde de allergrootste bedreiging voor de mensheid ooit.

Nieuw aan Carrotmob is dat ze zich niet alleen op grote bedrijven richten,

maar juist ook op buurtwinkels, supermarkten en restaurants. Niel Staes is oprichter van de Vlaamse afdeling van Carrotmob. Hij legt het idee uit: „Iedereen winkelt, maar niemand doet dat ooit gecoördineerd. Als je dat wel gaat doen, kun je een tegenprestatie vragen van de winkelier.” De tegenprestatie kan bijvoorbeeld zijn dat een winkelier een deel van de omzet van de Carrotmobbers investeert in energiebesparing.

De Carrotmobbers noemen dit zelf een omgekeerde boycot. Staes: „In plaats van dat wij tegen een winkelier zeggen: wij kopen niet meer bij u totdat u investeert in een duurzamere winkel, prikken we juist een dag waarop we met een hele groep naar een winkel komen om spullen te kopen. De voorwaarde is dat een deel van ons geld wordt geïnvesteerd in een groene bedrijfsvoering.”

In een filmpje op de website van Carrotmob vertelt oprichter Brent Schulkin over de eerste actie die hij organiseerde. „Ik ben naar alle 23 slijterijen bij mij in de buurt gegaan en ik heb ze gevraagd wat ze ervoor over zouden hebben als ik hier met een menigte een dag zou komen winkelen. De winkels begonnen tegen elkaar op te bieden, en de winnaar beloofde uiteindelijk 22 procent van de dagomzet in verduurzaming van zijn winkel te investeren.”

Volgens Schulkin was de actie een enorm succes. De omzet van de winkel steeg die dag van een gemiddelde van 1.400 euro tot ruim 6.400 euro. Genoeg om verlichting en de koelinstallaties van de winkelier milieuvriendelijker te maken.

Consumentenacties met maatschappelijke of politieke doelstellingen zijn niet nieuw, zegt hoogleraar actief burgerschap aan de Universiteit van Amsterdam Evelien Tonkens. „Je kunt Carrotmob zien als een variant op de boycot van Zuid-Afrikaanse sinaasappels in de jaren zeventig. Het verschil is dat deze actie actiever en vooral positiever is.”

En dat is precies de bedoeling.

Vanwaar die rare naam?

• De naam Carrotmob is afgeleid van een oud gezegde: er zijn twee manieren om een ezel vooruit te laten lopen. Door hem een wortel voor te houden of van achter met een stok te slaan.

• Consumenten gebruiken vaak de stok om bedrijven aan te pakken: demonstraties of rechtszaken. Carrotmob wil met haar methode de wortel gebruiken om bedrijven tot verandering aan te zetten.

Staes: „We willen een positieve actie waarbij we mensen betrekken die normaal geen petitie invullen of actie voeren. Ze kopen simpelweg dingen die ze sowieso zouden kopen.”

In België verloopt de oprichting van Carrotmob volgens Staes voorspoedig. In juni richtte hij Carrotmob Antwerpen op. „Onze Facebookgroep had na twee weken al zeventienhonderd leden.” Inmiddels is er ook een groep opgericht in Hasselt en is er interesse getoond vanuit Gent en Turnout. In Frankrijk, Duitsland, Finland de Verenigde Staten en Canada groeit de beweging ook.

De groei op internet is mooi, maar gaan deze mensen daadwerkelijk meedoen aan acties? Tonkens denkt van wel. „Mensen zijn bereid om hun geld bewust te besteden, maar ze willen daarbij worden geholpen.” Een beetje extra geld of moeite vormen volgens de hoogleraar dan geen belemmering.”

Nu is het afwachten wanneer de eerste Nederlandse Carrotmobgroep officieel wordt opgericht. Als we Schulkin mogen geloven liever vandaag dan morgen. „Het is goed voor de bedrijven, voor de consumenten en goed voor de planeet.”

► Meer over Carrotmob is te lezen op ons weblog. Lees meer via nrcnext.nl