

tus én juli omhoog bijgesteld. Hoewel het beangstigend blijft dat cijfers worden bijgesteld en economen ernaast blijven zitten met hun voorspellingen, zullen dit niet de redenen zijn voor de onzekerheid bij de consument. Het zit hem eerder in het achteruithollende besteedbare inkomen dat Amerikanen steeds vaker op moeten vangen door hun spaarvarken kapot te slaan.

Wat de reden ook is dat de Amerikaanse consumenten

het niet zien zitten, het is vervalend omdat zij in het consumentenland pur sang de kar moeten trekken. Helemaal nu Kerstmis er weer aan komt. Als de Amerikaanse consument tijdens de feestdagen krap bij kas zit, zal hij de hoop op de Japanners moeten vestigen. Die kunnen namelijk flink cadeaus inslaan in de Amerikaanse steden nu de dollar ten opzichte van de yen op het laagste niveau staat sinds de Tweede Wereldoorlog. ■

Slecht samenspel Ajax en Aegon

Altijd interessant als twee beursfondsen het met elkaar aan de stok krijgen. Hoe reageren de koersen? Hoe speel je er als belegger op in? Bij het op de lokale markt genoteerde Ajax was men niet blij met de opmerkingen van Jan Driessen, hoofd communicatie van AEX-fonds Aegon, in het marketingblad Adformatie. Driessen zei dat Aegon overwoog te stoppen met shirtsporing bij Ajax.

“Aegon beleeft zware tijden en als ze nu voor de keus hadden gestaan om Ajax voor het huidige bedrag (10 miljoen euro per jaar) te sponsoren, hadden ze dat waarschijnlijk niet gedaan. Maar Aegon respecteert het contract voor de komende 3,5 jaar”, aldus Driessen. Hij ziet alleen toekomst als de samenwerking een andere invulling krijgt: als er “maatschappelijke relevantie aan de sponsorero wordt toegevoegd”. Aegon gaat nu al de wijken in met Ajax om jongeren te laten voetballen. Dat vindt Aegon belangrijk.

Het gedoe met Cruiff noemde Driessen een horrorscenario dat niet past bij Aegon's andere uitingen.



Ajax kan dus maar beter alvast op zoek naar een nieuwe shirt-sponsor. Wellicht is het een goed idee eens aan te kloppen bij het op Wall Street genoteerde Colgate Palmolive. Colgate heeft namelijk een schoonmaakmiddel in huis met de naam Ajax. Vrouwen kijken immers steeds meer voetbal. En mannen maken vaker schoon. ■

In Memoriam Morris Tabaksblat



Jan Maarten Slagter
Directeur VEB

In 1978 woonde Morris Tabaksblat, die vorige week op 74-jarige leeftijd overleed, in Brazilië. Na de finale van het WK-voetbal, zoals bekend verloren door het Nederlandse elftal van de Argentijnse thuisploeg, ging de jonge Unilever-manager op zoek naar vertier. Dat was nog niet zo makkelijk: de Nederlandse gemeenschap was in rouw en met de Brazilianen ging het al niet veel beter. De ‘Goddelijke Kanaries’ waren als enige deelnemers aan het toernooi ongeslagen gebleven, maar moesten toch naar huis met een bronzen medaille – niet eens een troostprijs in het voetbalgekke land. Uiteindelijk wist Tabaksblat de enige plek te vinden waar het die avond volop feest was en hij had een onvergetelijke avond in de Argentijnse club in São Paulo.

De anekdote tekent de voormalige Unilever-topman en naamgever van de Nederlandse code voor verantwoord ondernemingsbestuur. Tabaksblat was een man die in staat was over verschillen heen te stappen en zo mensen met elkaar te verbinden. Als eindverantwoordelijke bij Nederlands-Britse bedrijven als Unilever en Reed Elsevier, waar hij zes jaar president-commissaris was, had hij een goed oog voor de cultuurverschillen tussen de ‘Angelsaksen’ en de ‘Rijnlanders’. Het maakte hem bij uitstek geschikt voor zijn rol als voorzitter van de commissie-Tabaksblat.

Het eindresultaat van de inspanningen van de commissie moest zijn een lijst van uitgangspunten voor “hoe wij met elkaar omgaan” in het beursgenoteerde bedrijfsleven. Dit moest worden bereikt door een groep vertegenwoordigers van zeer uiteenlopende organisaties als werkgeversvereniging VNO-NCW, beursfondsenclub VEVO en de VEB. En de code moest zowel breed gedragen zijn als voldoende tanden hebben om impact te hebben. De voorganger, de veertig aanbevelingen van de commissie-Peters, was blijven steken in te grote vrijblijvendheid. Het lukte Tabaksblat zo’n code op te stellen, en snel ook: na drie kwart jaar – eind 2003 – werd de code-Tabaksblat gepresenteerd om met ingang van het boekjaar 2004 in werking te treden.

Na nu zelf vier jaar in de ‘polder’ rondgelopen te hebben, begin ik me te realiseren wat een huzarenstukje dat is geweest. De code-Tabaksblat is zelfregulering op zijn best: gezaghebbend, duidelijk en flexibel genoeg om vlot te kunnen worden aangepast aan gewijzigde omstandigheden. Hoewel wij als VEB vinden dat de naleving beter kan en moet, heeft de code Nederland een modernere corporate governance gegeven, met onder meer duidelijkere regels over benoemings- en beloningsbeleid.

Morris Tabaksblat was een internationale ‘captain of industry’: naast zijn posities bij Unilever en Reed Elsevier was hij ook president-commissaris bij Aegon en TNT en had hij adviesfuncties bij Renault en Citigroup. Hij had belangrijke maatschappelijke verdiensten, onder meer als voorzitter van de raad van toezicht van de Universiteit Leiden en van het Haagse Maurits-huis. Het is passend dat zijn naam voortleeft in die van zijn code. ■