



GEVECHT VAN UNILEVER

Bedrijven die niet bijdragen aan een betere wereld hebben geen bestaansrecht. Ze moeten zich op het goede richten, de wereld beter maken, het geld komt dan vanzelf. Na de door hebzucht en overmoed gekenmerkte crisis van 2008 wordt deze boodschap van de nieuwe ceo van Unilever met gejuich ontvangen. Onverbiddelijk en onvermoeibaar legt Paul Polman uit: multinationals als Unilever spelen een hoofdrol in het uitbannen van armoede en het aanpakken van het klimaatprobleem.

Dit is het grote gevecht om de ziel van het kapitalisme. Maar de moedige pionier loopt zo ver voor de troepen uit dat 'zijn' duurzame Unilever in 2017 dreigt te worden opgeslokt door concurrent Kraft-Heinz. Na deze 'bijna-doodervaring' gaat Polman op zoek naar een veilige haven voor zijn experiment. Zijn poging om er eindelijk echt één bedrijf van te maken met één hoofdkantoor in Nederland, mislukt op dramatische wijze.

Jeroen Smit
Prometheus
Prijs: 24,99 euro

AFREKENEN MET ING

Tijdens de crisis van 2008, toen het financiële stelsel wereldwijd op zijn grondvesten schudde, dreigde ING ten onder te gaan. Maar de grootste financiële instelling van Nederland mocht onder geen beding omvallen.

Om een ramp te voorkomen, tuigde de Nederlandse overheid onder immense druk een reddingsoperatie op van ruim 32 miljard euro.

Janssen sprak met de hoofdrolspelers en ontdekte spectaculaire feiten die niet eerder openbaar zijn gemaakt. Hij beschrijft de paniek, de conflicten, de onderhandelingen – en de waarschuwingen die in de wind werden geslagen. Ook beschrijft hij hoe in het diepste geheim nationalisatie werd voorbereid en hoe de Europese Commissie de prijs die ING moest betalen fors opschreefde. De gevolgen van dit financiële drama, dat de redding van ABN Amro in omvang en complexiteit overtrof, zijn voelbaar tot op de dag van vandaag.

Roel Janssen
Balans
Prijs: 21,99 euro



KIJKEN IN DE TOEKOMST

Voor bedrijven is het van levensbelang met de toekomst bezig te zijn. Toekomstgerichte organisaties doen het aanmerkelijk beter dan hun concurrenten die zich hieraan niets gelegen laten liggen. Een leider en beslisser moet kunnen inspelen op onzekerheid en complexiteit.

Een toekomstverkenning neemt mensen mee in het proces voorafgaand aan een organisatieverandering en een nieuwe strategie. In plaats van bezig te zijn met de dagelijkse werkzaamheden daagt een toekomstverkenning mensen uit om na te denken over de betekenis van maatschappelijke ontwikkelingen. Toekomstverkenning prikkelt de nieuwsgierigheid en leidt tot meer verbeeldingskracht. Wie kansen ziet, krijgt zin om aan de toekomst te gaan werken. Dat maakt toekomstverkennen een uiterst waardevolle exercitie om je als organisatie klaar te maken voor de toekomst.

Freija van Duijne en Peter van der Wel
Scriptum
Prijs: 22,50 euro

ook:

Succesvol studeren
BIV/AO

Deel 1 Handleiding voor AO-vraagstukken en deel 2 BIV Basics en uitwerkingen.

Pentagan Books
Prijs: 29 euro per deel