

# Haal meer uit mvo

## Vooroplopen als maatschappelijk verantwoord ondernemer

Maatschappelijk verantwoord ondernemen (mvo), dat kennen we nu wel. Al in 1970 riepen de wetenschappers van de club van Rome bedrijven op bij hun activiteiten meer rekening te houden met mensen en milieu. Sinds 2004 bestaat in Nederland de stichting MVO Nederland, die maatschappelijk verantwoord ondernemen onderzoekt en ondersteunt. Na tien jaar wordt mvo concreter. In het project 'ambitie 2020' bijvoorbeeld, waar bedrijven laten zien waar zij in 2020 willen staan op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen. In dit whitepaper vertellen we je hoe je meer uit je mvo kunt halen en komen succesvolle en maatschappelijk verantwoorde ondernemers aan het woord.

### In dit whitepaper

Wat is maatschappelijk verantwoord ondernemen anno nu?

Energiebesparing als onderdeel van mvo

Hoe zet je mvo in voor je bedrijf

Mvo als marketingmiddel

Ondernemers en experts

### Tom Stuij Directeur Mondial Movers



"In het kader van de ambitie 2020 hebben we ons voorgenomen ons meer te richten op 'the people'. Op het gebied van 'planet' hebben we groten-

deels de stappen gezet die we konden zetten. We willen in 2020 bekendstaan als de vriendelijke verhuizers. Klantvriendelijk, milieuvriendelijk, prijsvriendelijk en met nog meer aandacht voor alle stakeholders."

## Wat is maatschappelijk verantwoord ondernemen anno nu?

**Maatschappelijk verantwoord ondernemen is ondernemen met aandacht voor people (je eigen werknemers en de maatschappij als geheel), planet (je impact op het milieu) en profit (ondernemen met winst). Inmiddels zijn ook diverse andere termen in zwang. We gaan kort in op de verschillen en overeenkomsten.**

### Duurzaam ondernemen.

Vooral kleine ondernemers spreken liever over duurzaam ondernemen dan over mvo. Bij duurzaam ondernemen ligt de nadruk vooral op de eigen organisatie, de eigen medewerkers en de eigen impact op het milieu, er wordt minder naar de samenleving en het milieu als geheel gekeken. Mvo op iets kleinere schaal dus, wat ook minder verwachtingen schept. Wie duurzaam onderneemt, houdt bij alle beslissingen rekening met het welzijn van de medewerkers, de impact van de eigen activiteiten op de samenleving en het milieu. Het gaat een stap verder dan alleen de wettelijke verplichtingen volgen. De focus ligt op de lange termijn. Door duurzaam te ondernemen, zorg je ervoor dat je bedrijf ook in de toekomst kan rekenen op loyale medewerkers, draagvlak in de omgeving en minder afhankelijkheid van uitputtelijke bronnen.

### Groen Ondernemen.

Bij groen ondernemen ligt de nadruk sterker op het milieu dan op de maatschappij. Groen ondernemen kan bijvoorbeeld door met tweedehands materialen te werken, vervuilende stoffen te vervangen voor niet-vervuilende, alleen duurzame energie te gebruiken, zelf duurzame energie op te wekken en geen afvalstoffen te produceren. Je kunt jezelf groen noemen als jouw negatieve impact op het milieu veel kleiner is dan die van vergelijkbare bedrijven, of als je zelfs aan milieuverbetering doet door je werkzaamheden.

**Eerste hulp bij mvo**

Is mvo nog vrij nieuw voor jou en wil je weten hoe je hiermee kunt beginnen? [Download](#) dan het whitepaper *Eerste hulp bij mvo in MijnMKB*.

**Edvard Hendriksen**  
 Oprichter Taxi Electric


"Taxi Electric is een echte sociale onderneming, ontstaan vanuit het idee de vervuilde Amsterdamse taximarkt milieuvriendelijker te maken.

Ook wilden we een klantvriendelijk alternatief aanbieden. Daarnaast scholen wij vijftigplussers, die moeilijk aan een baan komen, om tot chauffeur."

**Caroline Bekkering**  
 Directeur MeursWerkt


"Wij vinden het belangrijk om ook maatschappelijk bewust met onze lokale gemeenschap om te gaan en laten graag zien dat dit normaal is. Ons kantoor zit in Zeist. Daarom doen wij regelmatig mee aan vrijwillige projecten in Zeist, zoals het begeleiden van een sportdag voor gehandicapte kinderen."

**Energiebewust**

Wil je tips om energiebewuster te worden? [Download](#) het whitepaper over energie besparen.

**Tom Stuij**  
 Directeur Mondial Movers


"Steeds meer klanten kiezen speciaal voor ons omdat we bij alles wat we doen aan het milieu denken en bijvoorbeeld ook in elektrische auto's

rijden. Maar we doen dit ook voor onszelf. Investeren in energiebesparing heeft ons een flinke kostenbesparing opgeleverd."

**Energiebesparing als onderdeel van mvo**

Energiezuinig ondernemen is tegenwoordig geen unique selling point meer. Als jij een maatschappelijk verantwoord ondernemer wilt zijn, is dit eigenlijk een vereiste. Breng in ieder geval je eigen energieverbruik omlaag, door bijvoorbeeld led- of spaarlampen te installeren en de meest energiezuinige versies van apparaten te kiezen. Met zonnepanelen, een elektrische auto of een kleine eigen windmolen kun je je nog onderscheiden en laat je de buitenwereld zien dat jij je verantwoordelijkheid neemt. Het mooie van energiebewust ondernemen is dat het goed is voor het milieu én je portemonnee: win-win dus en dat is precies waar mvo om gaat.

## Richtlijnen

Op [iso26000scan.nl](http://iso26000scan.nl) kun je gratis een scan doen om te zien in hoeverre jouw bedrijf voldoet aan de richtlijn.

## Hoe zet je mvo in voor je bedrijf?

Willem Lageweg, directeur van MVO Nederland, schrijft in 'Tien trends voor 2013' dat mvo het vrijblijvende karakter verliest. Steeds meer ondernemers zien de kansen die mvo biedt, maar ook de risico's van niet-handelen. Klanten kunnen je links laten liggen als jij in tegenstelling tot je branchegenoten, niets aan mvo doet. Mvo is nu serious business geworden.

Consumenten worden steeds bewuster, en kiezen daarbij vaker voor producten en diensten van maatschappelijk verantwoord ondernemers. Er zijn verschillende manieren om aan de buitenwereld te laten weten dat jij goed bezig bent. Deel via je website en social media wat je doet aan mvo.

Maar pas op: je moet je beweringen wel waar kunnen maken. Milieu-organisaties en kritische klanten prikken er snel doorheen als mvo-beleid vooral uit mooie woorden bestaat en beschuldigen ondernemers dan van 'greenwashing'. Deze aanklacht zullen ze snel via social media verspreiden. Als jij bekend wil staan om je mvo, zul je precies aan moeten tonen wat jij doet en welke impact dat heeft. Daar zijn verschillende hulpmiddelen voor, waar we nu kort op in zullen gaan.

### ISO 26000

Sinds 2010 bestaat de ISO 26000-richtlijn, die je kunt aanhouden om mvo in je bedrijf te implementeren. De Nederlandse normorganisatie NEN heeft de richtlijn vertaald. Mvo is in deze norm onderverdeeld in zeven thema's, te weten:

- Accountability (verantwoordelijkheid nemen en verantwoording afleggen)
- Transparantie
- Ethisch gedrag
- Respect voor stakeholderbelangen
- Respect voor wet- en regelgeving
- Respect voor internationale gedragsnormen
- Respect voor mensenrechten

De zeven thema's zijn weer onderverdeeld in 37 subthema's. Het is geen eisenstellende norm waarmee je een certificaat kunt behalen, maar je kunt wel een zelfverklaring invullen en op elk thema aangeven hoe jouw bedrijf hier mee omgaat. De zelfverklaring kun je op je eigen website en het publicatieplatform van de NEN publiceren, eventueel met aanvullende vragenlijsten.

### Caroline Bekkering Directeur MeursWerkt



"Grote bedrijven kiezen voor een deel ook voor ons om aan hun mvo-doelstellingen te voldoen. Daar is niets mis mee. Wij dragen ons steentje bij aan de maatschappij, maar hebben ook gewoon een gezond bedrijf. Dat gaat wat mij betreft heel goed samen."

## Mvo-verslag

Meer weten over het mvo-verslag? Lees het artikel over de voor- en nadelen van mvo-verslaglegging via [www.mkbservicedesk.nl/meermvo](http://www.mkbservicedesk.nl/meermvo).

### Caroline Bekkering Directeur MeursWerkt



"De cultuur dat bedrijven in achterkamertjes beslissingen nemen en hierover weinig naar klanten of maatschappij rapporteren, ligt achter ons.

Het is belangrijk om te laten zien hoe het gaat en waarom je dingen doet. Ook als er iets minder goed gaat, vertellen we dat gewoon. Zo willen we graag beter regelen dat onze klanten zich conformeren aan Arbowetgeving. Door dit te benoemen, kun je erover in dialoog gaan. Daarom doen we mee aan de transparantiebenchmark.

## Keurmerken

ISO 26000 is geen keurmerk, maar een richtlijn. Toch is er de laatste jaren een woud aan keurmerken ontstaan. Welke moet je nu aanhouden? Onderzoekster Judy van der Lijke-van Veen van de Sustainability Company, een bedrijf dat andere bedrijven helpt met duurzaamheid, deed met Elisa Kruijer en Reinier de Nooij onderzoek naar keurmerken. Ze selecteerde tien generieke keurmerken die je als duurzame ondernemer kunt aanhouden.

- Business Social Compliance Initiative: arbeidsomstandigheden
- CO2 Prestatieladder: energiegebruik / CO2-reductie
- Cradle to Cradle: innovatie en circulaire economie
- ISO 9001: managementsysteem
- ISO 14001: milieu-risicoanalyse en -beleid
- MVO Prestatieladder: managementsysteem
- OHSAS 18001: arbeidsrisico / veiligheid
- SA8000: arbeidsrechten
- Verified Carbon Standard: klimaatneutraliteit
- MVO Wijzer: algemene MVO norm

Daarnaast zijn er nog negen sectorspecifieke keurmerken die volgens de onderzoekers goed zijn om je mvo-schap te bewijzen.

- Barometers: duurzame inkoop + bedrijfsvoering
- Blauwe vlag: milieuonderscheiding stranden + jachthavens
- Green Globe: toeristenindustrie
- Green Key: horeca en hotelwezen
- Groen label Kas: glastuinbouw
- Transport & Logistiek: toetsing managementsysteem
- Maatlat duurzame veehouderij: verduurzamen aquacultuur + dierenwelzijn
- Travellife: toeristische sector
- Dakmerk: dakbedekking

Op [mkbservicedesk.nl/meermvo](http://mkbservicedesk.nl/meermvo) lees je meer over het onderzoek en vind je links naar al deze keurmerken, en de eisen waaraan je moet voldoen om ze te mogen voeren.

Bij deze keurmerken is het volgens de onderzoekers duidelijk aan welke eisen je moet voldoen en worden voldoende inspanningen vereist om van mvo te kunnen spreken. Van der Lijke selecteerde ISO 26000 niet, omdat het een richtlijn is. Toch is deze norm internationaal het meest bekend en vormt hij de basis voor veel andere. Daarom noemen we hem in dit whitepaper wel.

**Tom Stuij**  
Directeur Mondial Movers



“Niet veel mkb-bedrijven kiezen ervoor hun financiën openbaar te maken, maar ik denk dat het goed is om zo open mogelijk te zijn. Dat wekt niet alleen vertrouwen bij banken en accountants, maar ook bij onze klanten.”

### Transparantiebenchmark

Transparantie is een voorwaarde voor succesvol mvo-beleid. Dankzij social media kunnen klanten en stakeholders snel informatie delen over jouw bedrijf. Als zij vinden dat jij niet verantwoord bezig bent, of dat je je groener voordoet dan je bent, dan komt dit snel uit. Wees dus eerlijk over je bedrijfsvoering en laat ook de dingen zien die minder goed gaan.

Het ministerie van Economische Zaken onderzoekt ieder jaar de verslaglegging op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen van bedrijven die zich hiervoor aanmelden en maakt een ranglijst: de Transparantiebenchmark. Het beste bedrijf en het beste mkb-bedrijf van het jaar worden beloond met de Kristalprijs.

Ondernemers kunnen zichzelf aanmelden voor het onderzoek. Als je substantiële activiteiten in Nederland bedrijft, word je meegenomen in de ranglijst. Zo zie je precies waar je staat en hoe jouw mvo-verslag verbeterd kan worden. Een tip? Caroline Bekkering en Tom Stuij, beiden winnaars van de mkb-prijs, zeggen dat het belangrijk is om alles eerlijk op te schrijven, ook de doelen die je niet haalt en vertrouwelijke informatie, zoals je cijfers. Dat wekt juist vertrouwen bij je klanten.

### Video

Wil je meer weten over hoe je je mvo als marketingmiddel kunt inzetten? Bekijk de video via [www.mkb servicedesk.nl/meermvo](http://www.mkb servicedesk.nl/meermvo)

**Caroline Bekkering**  
Directeur MeursWerk



“Door publiciteit op te zoeken en op onze website veel over ons mvo-beleid te schrijven, zorgen we dat wij bekendstaan als een maatschappelijk verantwoorde detacheerder. Maar de beste ambassadeurs zijn onze medewerkers, die vanzelf reclame voor ons gaan maken als zij tevreden zijn.”

**Edvard Hendriksen**  
Oprichter Taxi Electric



“In het begin hebben we veel koude acquisitie gedaan, dus gewoon bellen en uitleggen wat ons anders maakt. Nu zijn onze auto’s een geweldig marketingmiddel: je ziet ze door heel Amsterdam rijden en vooral particulieren kiezen dan bewust voor ons omdat we milieuvriendelijker zijn.”

### Mvo als marketingmiddel

Steeds meer klanten en andere bedrijven vinden mvo belangrijk. Zorg dat ze weten wat jij doet en dat ze bewust voor jou kunnen kiezen, omdat jij bijvoorbeeld je CO2-uitstoot compenseert. Zet je mvo-activiteiten op je website of social media en vertel ook waarom je dit doet. Wees daarbij zo eerlijk mogelijk, maak het niet mooier dan het is.

Niek Karsmakers is oprichter van Aimforthemoon, een bedrijf dat jonge ondernemers aan bedrijven koppelt om een sociale onderneming van de grond te krijgen. Hij gelooft dat ondernemers die geen onderliggende wens hebben om iets in de wereld te verbeteren, in de toekomst geen bestaansrecht zullen hebben. Mvo is volgens hem dus noodzakelijk voor een succesvol bedrijf.

“Wij gaan uit van het principe van Simon Sinek – mensen kopen niet wat je doet, maar waarom je het doet. Consumenten gedragen zich emotioneel, je moet ze zien te overtuigen. Elke ondernemer is ooit begonnen met een verhaal, met een passie. Meestal is dat niet alleen omdat je snel veel geld wilde verdienen. Je product of dienst volgt als het goed is vanzelf uit jouw wens om op een of andere manier toegevoegde waarde te creëren. Dat is vaak al maatschappelijk verantwoord. Als je daar naartoe teruggaat, met inzet van alle technologische mogelijkheden van nu, kom je vanzelf tot een goed businessmodel voor de toekomst én heb je een goed verhaal. Ook met een bestaand bedrijf kun je altijd weer die omslag maken.”

Karsmakers ziet dat succesvol ondernemen en je verantwoordelijkheid nemen voor maatschappij en milieu hand in hand gaan. “Sinds een jaar of tien zie je dat mensen die een maatschappelijk probleem signaleren, dat ook op een ondernemende manier aanpakken. Om een bijdrage te kunnen leveren, moet het sociale bedrijf succesvol zijn. Dus de wereld verbeteren en geld verdienen gaan hand in hand. Het voordeel is dat deze bedrijven erg mediageniek zijn, dus aandacht krijg je meestal vanzelf. Ook vinden medewerkers het heel belangrijk om bij een bedrijf te werken dat niet alleen streeft naar winstmaximalisatie.”

## Ondernemers en experts

**Caroline Bekkering** is algemeen directeur van MeursWerkt, een detachingsbureau dat haar werknemers een arbeidsovereenkomst voor onbepaalde tijd aanbiedt en diverse mogelijkheden om zich blijvend te ontwikkelen. Zo kunnen opdrachtgevers profiteren van tevreden flexibele medewerkers wiens kennis up-to-date is, terwijl werknemers de zekerheid hebben van duurzame inzetbaarheid een vast contract. MeursWerkt kreeg voor het verslag over 2012 de Kristalprijs voor beste mkb-bedrijf.

**Tom Stuij** is algemeen directeur van Mondial Movers, een samenwerkingsverband van verschillende kleine verhuisbedrijven. Veel van deze bedrijven zijn familiebedrijven. Daarom is Mondial Movers meer gericht op continuïteit dan op direct winstbejag. Investeren in de opleiding van medewerkers en duurzame bedrijfsvoering horen daarbij. Mondial Movers won in 2011 en 2012 de prijs voor het beste mvo-jaarverslag.

**Edvard Hendriksen** is oprichter van Taxi Electric, Taxi Electric is een schoolvoorbeeld van een sociale onderneming, die de Amsterdamse taxibranche milieuvriendelijker maakt, klantvriendelijkheid terugbrengt en oudere werklozen een tweede kans geeft.

### Tom Stuij, directeur Mondial Movers



"Als je met mvo wil beginnen, is het belangrijk om eens naar je bedrijf te kijken zoals een buitenstaander dat ook doet. Waar ben je goed in en wat kan beter? Hoe kijkt de lokale gemeenschap tegen je bedrijf aan, hoe is het voor het personeel om bij jou te werken? Met wat voor materialen werk je? Dan weet je waar je verbeteringen kunt behalen."

### Caroline Bekkering, directeur MeursWerkt



"Mvo moet wel in je zitten, het moet geen trucje zijn om meer winst mee te maken. Dat lijkt op greenwashing. Ik zou andere ondernemers aanraden om zichzelf als uitgangspunt te nemen: ga met de maatschappij om zoals jij ook graag behandeld zou willen worden."

### Edvard Hendriksen, oprichter Taxi Electric



"Maatschappelijk verantwoord ondernemen moet niet in de weg gaan staan van succesvol ondernemen. Onze chauffeurs komen vaak uit een heel andere branche. Wij bieden ze een kans, maar die moeten ze wel grijpen. De klant moet voor ons kiezen omdat we kwaliteit leveren. Gelukkig pakt dat met onze chauffeurs in de praktijk heel goed uit."

#### Over MKB Servicedesk.

Als strategisch partner van MKB-Nederland is de MKB Servicedesk de vraagbaak voor ondernemend Nederland. Op [www.mkbservicedesk.nl](http://www.mkbservicedesk.nl) vind je betrouwbare, concrete en betaalbare antwoorden op alle ondernemersvragen in het midden- en kleinbedrijf. Maandlijks bezoeken meer dan 200.000 ondernemers [mkbservicedesk.nl](http://mkbservicedesk.nl).

Het is niet toegestaan om beeldmateriaal en informatie afkomstig uit dit document zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van MKB Servicedesk te kopiëren in welke vorm dan ook. Copyright @MKB Servicedesk