

Duurzame winst

Als ondernemer wilt u graag winst maken; niets mis mee, maar tot welke prijs wilt u winst maken? Telt alleen uw eigen winst? De lineaire economie maakt plaats voor een circulaire economie. Wat houdt dat in en hoe doet u daaraan mee?

MVO

MVO (Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen) is ondernemen met oog voor een sociale component, een milieucomponent en een economische component (People, Planet, Profit). Van de lineaire economie zoals we die nu kennen, waarin een product wordt gemaakt dat na verloop van tijd wordt weggegooid (waardoor belangrijke grondstoffen verloren gaan), komt er steeds meer aandacht voor een circulaire economie; een economie waarin een product wordt gemaakt dat na gebruik volledig kan worden hergebruikt. Ook wordt in deze economie niet alleen naar eigen winst gekeken, maar ook naar winst voor de groep waarvan men deel uitmaakt. Als internationale standaard voor MVO wordt de ISO 26000-norm gehanteerd.

ISO 26000

De definitie van MVO voor ISO 26000 is (samengevat): 'maximaliseer uw bijdrage aan mens, natuur & milieu en economie (People, Planet, Profit) en houd rekening met de behoeften van huidige en toekomstige generaties.' ISO 26000 kent 3 invalshoeken:

Ethische focus: Deze geeft aan WAAROM MVO-gedrag belangrijk is. Wereldwijd is afgesproken dat MVO 7 normen en waarden (hoofdprincipes) omvat.

Inhoudelijke focus: 7 MVO-kernthema's geven aan WAT MVO is.

Proces focus: geeft aan HOE u MVO kunt integreren in uw bedrijfsvoering.

Ethische focus

Waarom zou u investeren in MVO? Daarvoor zijn meerdere redenen te bedenken:

- het hoort: eigenlijk zijn veel organisaties uit zichzelf al met een aantal aspecten van MVO bezig.
- het moet: wettelijke eisen worden strenger en de klant stelt steeds meer eisen.
- het loont: een integrale benadering van uw organisatie levert vaak winst op diverse gebieden op (in een goed werkklimaat zijn werknemers productiever en minder

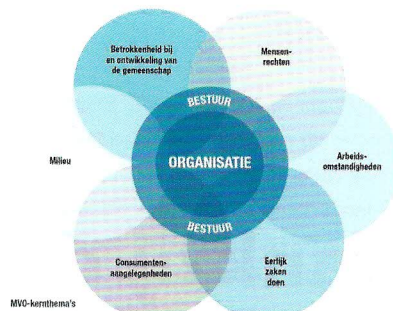
vaak ziek en minder grondstofgebruik is goedkoper bij de inkoop en bij de afvalstoffenheffing).

- omdat het een goed gevoel geeft. Bewust bezig zijn met uw proces en daarbij medewerkers, klanten en leveranciers betrekken leidt tot meer inzicht, enthousiasme en goodwill.

Inhoudelijke focus

De 7 MVO-kernthema's zijn:

- Behoorlijk bestuur. De manier waarop het bedrijf wordt bestuurd heeft invloed op de andere 6 thema's. Het is in feite de kern van het MVO-beleid. Beloon werknemers die MVO-prestaties leveren en geef zelf het goede voorbeeld.
- Mensenrechten. De Verenigde Naties hebben universele mensenrechten afgesproken. In hoeverre houdt u daar rekening mee in uw eigen bedrijf en bij de producten die u bestelt? Voorkom discriminatie (ook bij uw zakenpartners) en betrek kwetsbare groepen.
- Arbeidsomstandigheden. Zorg voor een veilige, gezonde werkomgeving, bied trainings- en ontwikkelingsmogelijkheden en houd de sociale dialoog op gang via ondernemingsraad, medezeggenschapsraad, vrije vakbond, e.d. (zorg voor medewerkerstevredenheid).
- Milieu. Dit omvat 4 deelonderwerpen:
 - Voorkomen milieuvuiling.
 - Duurzaam gebruik van hulpbronnen.
 - Voorkomen van en aanpassen aan klimaatverandering.
 - Beschermen van milieu, natuurlijke leefgebieden en biodiversiteit. (begint al vaak bij het ontwerpen van het product)
- Eerlijk zakendoen. Denk hierbij aan anti-corruptie, eerlijke concurrentie en respect voor eigendomsrechten. Ga eerlijk om met uw zakelijke partners (en vraag van hen hetzelfde).
- Klant- en consumentangelegenheden. Geef eerlijke informatie over uw product en denk aan het voorkomen van risico's bij uw klanten.



- Maatschappelijke betrokkenheid, ook wel Maatschappelijk Betrokken Ondernemen (MBO). Zorg dat de gemeenschap waarin u opereert voordeel heeft van uw activiteiten. Denk aan werkgelegenheid, stages, sociale investeringen (sportclub sponsoren), vrijwilligerswerk. Zet uw specifieke kennis ook maatschappelijk in.

Procesfocus

Duurzaam ondernemen is een leer- en groeiproces voor de ondernemer en zijn omgeving. Er zijn 7 stappen in dit proces te onderscheiden. Dat houdt in:

- Herkennen van MVO: Kijk waar u nu bent.
- Bepaal MVO-waarden en -richting: Kies uw bestemming vanuit visie.
- Identificeer en betrek belanghebbenden: Bepaal uw reisgezelschap.
- Bepaal MVO-prioriteiten en -iconen: Stip uw route uit.
- Integreer MVO in de bedrijfsvoering: Maak uw reis steeds duurzamer.
- Communiceer met belanghebbenden: Laat weten waar u bent.
- Oefen invloed uit en werk samen: Werk samen met uw reisgenoten.

Iets voor u?

MVO kan een beladen begrip zijn, want ethische normen zijn niet voor iedereen gelijk. Daarom is het belangrijk dat u echt overtuigd bent van het nut en de noodzaak ervan. Het is niet altijd eenvoudig om over gevoelige onderwerpen met klanten en leveranciers in gesprek te komen. Wie zet de eerste stap? Kunt u uw klanten aanspreken op hun gedrag? Misschien zet u de eerste stap makkelijker als u zich realiseert wat MVO u kan opleveren (en daarmee uw omgeving).

Voetnoot:

Bovenstaand artikel is gebaseerd op 'Duurzame winst voor MKB' van Hans Kröder en Jaap de Vries (ISBN: 978-90-819661-0-8)