

## Duurzaam ondernemen en het MKB



**EIM Beleidscafé 20 november 2008**

**Studio 3, Lucent Danstheater - Den Haag**

## EIM Beleidscafé - verslag

Op donderdag 20 november vond in Studio 3 van het Lucent Danstheater (Den Haag) een speciaal EIM Beleidscafé plaats over 'Duurzaam Ondernemen en het MKB'.

Er is al veel over duurzaam ondernemen gezegd, maar dan is het oog meestal gericht op bedrijven die wereldwijd actief zijn. Duurzaam produceren moet dan bijdragen aan de kwaliteit van leven en werk in vele landen. Zaken als een zuinig gebruik van energiebronnen, het verminderen van CO<sub>2</sub>-uitstoot, en het reduceren van afval zijn drijfveren tot duurzaam ondernemen. Maar hoe staat het met het duurzaam ondernemen binnen onze grenzen bij het midden- en kleinbedrijf? Is een 'nette bedrijfsvoering' voldoende duurzaam of wordt er meer verwacht van MKB-ondernemers? Belangrijker nog: wat denken MKB-ondernemers hier zelf over?

Op de bijeenkomst werden de resultaten gepresenteerd en bediscussieerd van een EIM-onderzoek onder 2.000 kleine en middelgrote bedrijven in alle sectoren van het bedrijfsleven over hun houding en hun gedrag aangaande duurzaam en maatschappelijk ondernemen. Het onderzoeksrapport 'Duurzaam ondernemen in het MKB; Kansen grijpen!' is beschikbaar op de website [ondernemerschap.nl](http://ondernemerschap.nl). Het onderzoek is in samenwerking met BECO uitgevoerd. BECO verleent diensten aan bedrijven en overheden op het gebied van duurzame ontwikkeling.

De sprekers waren:

Coen Bertens (EIM),

Martin Kloet (directeur Energiecentrum Midden- en Kleinbedrijf),

Willem Lageweg (directeur MVO Nederland).

Na de presentatie van een aantal opvallende onderzoeksresultaten door Coen Bertens en de eerste reacties hierop door Martin Kloet en Willem Lageweg volgde een discussie met de zaal en een panel onder leiding van Frans Pleijster (EIM). In het panel hadden de volgende mensen zitting: Marieke Gombault (BECO), Marcel Gasseling (Wissenraet & Van Spaendonck) en de voorgaande sprekers.

Na een welkomstwoord en een korte inleiding op de middag, waarvan het doel volgens Pleijster was om verantwoord ondernemen dichterbij de ondernemer te brengen, werd het woord aan de eerste inleider op het thema gegeven.

**Coen Bertens** presenteerde het rapport 'Duurzaam ondernemen in het MKB: Kansen grijpen!' dat EIM in samenwerking met BECO heeft geschreven. Het rapport geeft de resultaten van een onderzoek onder ongeveer 2000 MKB-bedrijven in alle sectoren van het bedrijfsleven. Het is, zegt Bertens, een soort van opinieonderzoek: het MKB wordt geconfronteerd met een aantal stellingen over energie, milieu en maatschappelijk verantwoord ondernemen (mvo). Het onderzoek is in de zomer van 2008 uitgevoerd. Sinds EIM de afgelopen 10 jaar regelmatig onderzoek heeft uitgevoerd rond het thema duurzaam ondernemen is het onderwerp allengs urgenter geworden, hoofdzakelijk door de gevolgen van klimaatverandering maar ook door de wereldwijd toenemende schaarste aan grondstoffen, energie en water. Met uitzondering van het milieubeleid van waaruit concrete regelgeving gemaakt wordt is het aan het bedrijfsleven zelf om initiatieven en verantwoordelijkheid te nemen rondom duurzaam ondernemen. Denk bijvoorbeeld aan ketenverantwoordelijkheid, waaronder transparantie omtrent inkoop. Bertens schotelde het publiek een aantal resultaten van het onderzoek voor. Wat zegt het MKB over het milieubeleid? Een aantal interessante uitkomsten kwamen naar voren. Zo zegt bijna het gehele MKB dat milieubeleid een blijvend aandachtspunt is, ook na dit kabinet, maar slechts 14% van de respondenten zegt dat zij met branchegenoten regelmatig over milieuvraagstukken spreken. Ook slechts 14% ziet omzetkansen in de aanpak van milieuvraagstukken door de overheid. De bouwsector blijkt hierin de meeste kansen te zien. Over energie zegt 67% niet te weten welke energiebesparende maatregelen het bedrijf financieel voordeel kunnen opleveren, terwijl 28% de ontwikkeling van de energiekosten actief volgt. De horeca is het meest actief in de beheersing van energiekosten (70%), de financiële sector heeft daar het minst oog voor (16%). Ruim de helft van het MKB vindt energiebesparende maatregelen niet interessant en 67% ziet er geen financieel voordeel in. Dat komt overeen met het feit dat 27% denkt dat milieubesparende maatregelen financieel voordeel opleveren. Een minderheid is werkelijk actief op het terrein van milieu: 31% houdt actief de eigen afvalstromen bij en slechts 7% is op een of andere manier milieugecertificeerd. Het verminderen van papierverbruik is nog het populairst: 56% let daar op. Het maatschappelijk verantwoord ondernemen (mvo) lijkt zijn tijd gehad te hebben: 79% zegt alles gedaan te hebben wat redelijkerwijs mogelijk is rond mvo. Slechts 16% ziet in mvo nog mogelijkheden voor zijn bedrijf. Hoewel dit maar enkele resultaten uit het onderzoek zijn doemt het beeld op dat, ondanks de urgentie van duurzaam ondernemen, het Nederlandse MKB grosso modo weinig voordeel ziet in duurzame en maatschappelijk verantwoorde activiteiten. De meerderheid van het MKB zal zich hiervoor inspannen wanneer de klant erom vraagt of de overheid dit via regelgeving afdwingt. Dat is in tegenspraak met wat de meerderheid van de MKB'ers zelf wenselijk vindt: 56% denkt dat vrijwillige afspraken meer effect hebben dan wet- en regelgeving zoals in het milieubeleid. Volgens Bertens hebben de brancheorganisaties en de overheid dan ook een belangrijke taak om duurzaam ondernemen dichterbij de ondernemer te brengen. Concrete 'business cases' kunnen hierbij helpen om de ondernemer ervan te overtuigen dat duurzaam ondernemen vooral kansen biedt. Maar het ontslaat ook de ondernemer niet van het nemen van zijn verantwoordelijkheid hierin. De laatste sheet sprak voor zichzelf: MKB, kom met je eigen idee en doe er wat mee!



**Coen Bertens**

**Martin Kloet** toonde zich niet verrast over de verschillende uitkomsten van het onderzoek. De meerderheid van de ondernemers denkt inderdaad zijn bedrijf op orde te hebben en daarmee dan ook voldoende gedaan te hebben als het gaat om bijvoorbeeld energiebesparing. Kloet vraagt aan de aanwezigen of men soms weet hoe een tv werkt, en dan niet de knopjes maar de binnenkant. Bijna niemand, schat hij in. Volgens hem gaat dat ook op bij energiebesparing. Ondernemers moeten voor advies over energiebesparing bij een energiebedrijf terecht kunnen. Maar dit soort serviceverlening werkt in de praktijk niet goed. We moeten ons ervan bewust zijn dat ondernemers weinig tijd hebben om het een en ander zelf uit te zoeken. Een advies moet daarom op het bedrijf toegesneden zijn. Het advies moet de ondernemer geen hoofdbrekens kosten, het moet daarom concreet zijn en het moet voordeel opleveren. Want op zich is niemand tegen energiebesparing maar je moet het wel handen en voeten geven. En dus is het volgens Kloet de uitdaging om laagdrempelige - op ondernemers toegesneden - informatie en ondersteuning te organiseren, kansen voor ondernemers te creëren, maar ook een beweging op gang te brengen. Daarbij moet niet uit het oog verloren worden dat er per sector verschillen bestaan en dat maatwerk daarom onontbeerlijk is. De energiebehoefte in de horeca verschilt van die van de transportsector: een hotelkamer moet verwarmd worden en een vrachtauto moet rijden. In een breder verband ziet Kloet een grote rol voor de brancheverenigingen door de ondernemer te ondersteunen in het herkennen en creëren van kansen. Maar, benadrukt Kloet, maak het zo concreet en klein mogelijk. Begin bij energiebesparing want dat levert vrijwel altijd rendement op. Kleine concrete stappen banen de weg naar meer duurzaamheid. Want nog nooit waren de omgevingsfactoren zo gunstig voor meer duurzaam ondernemerschap. Het Energiecentrum Midden- en Kleinbedrijf staat klaar om de ondernemer hierbij te helpen. Het moet Kloet wel van het hart dat de vrijwilligheid van de ondernemer om aan dit proces deel te nemen moet blijven. Meer regelgeving en toezicht vallen op de lange duur niet te handhaven.



**Martin Kloet**

**Willem Lageweg** schrok wel enigszins van de onderzoeksresultaten maar denkt anderzijds ook dat begrippen als mvo misschien voor de ondernemer te abstract zijn. Mvo is een containerbegrip waar je van alles onder kunt scharen. Lageweg is voorstander van balans vinden tussen people, planet en profit. Maatschappelijk verantwoord ondernemen is het streven naar winst (profit), rekening houden met het effect van bedrijfsactiviteiten op het milieu (planet) en oog hebben voor menselijke aspecten binnen en buiten het bedrijf (people). Volgens Lageweg staan op de nationale mvo-agenda vijf belangrijke punten: 1. CO<sub>2</sub>-uitstoot door gebruik van fossiele brandstoffen, 2. duurzaam inkopen en ketenverantwoordelijkheid, 3. cradle-to-cradle, 4. werk-privé-balans en 5. arbeidsparticipatie. Naar zijn beleving zijn tal van sectoren in het MKB op een of andere manier bezig met deze mvo-agenda. Het verbaast hem dan ook dat volgens het onderzoek 80% van het MKB zegt ermee klaar te zijn. Wellicht gaat het hier toch om een begripsverwarring? Het neemt niet weg dat er nog een hoop te doen is, al vreest Lageweg dat nu we aan de vooravond van een economische depressie staan de aandacht voor mvo minder zal worden. Des te belangrijker is het dat de commissie onder leiding van oud-topman Burgmans van Unilever ervoor pleit om mvo in de Code Tabaksblad op te nemen. Bedrijven zijn dan verplicht om jaarlijks te rapporteren over hun mvo-beleid. Maar er is meer nodig om het MKB te bereiken, het is tijd voor actie. De positieve houding is er in de MKB-sectoren, het is gemakzucht waardoor mvo niet voldoende aandacht krijgt. De gemiddelde MKB'er zorgt goed voor zijn bedrijf en personeel en ziet geen noodzaak tot verandering. Het debat moet daarom nadrukkelijker in de sectoren gevoerd worden. Hier ligt een taak voor brancheorganisaties en ook de Kamers van Koophandel. Lageweg ziet voorbeelden van goede ontwikkelingen op dit terrein in de installatiebranche, de tuinbranche, de chemie en de schoonmaakbranche. Duurzaamheid zou de core-business van ieder bedrijf moeten zijn, stelt Lageweg, daarom hebben we een nationale mvo-campagne nodig. Om echte stappen voorwaarts te kunnen maken denkt Lageweg aan een nationale duurzaamheidscoalitie waarin alle stakeholders vertegenwoordigd zijn. Deze coalitie moet concrete doelen tot bevordering van duurzaamheid formuleren en hiermee offensief aan de slag gaan. Lageweg roept op om hiermee niet te lang te wachten. MVO Nederland zal, zo zegt hij toe, een dergelijk initiatief met raad en daad bijstaan.



**Willem Lageweg**

### **Discussie**

De huidige kredietcrisis speelde ook in de gedachten van de toehoorders. De vraag kwam dan ook vermijdelijk: hoe zit het met de financiële sector en mvo? Gaapt daar niet een enorme kloof? Lageweg stelt eveneens vast dat mvo in deze sector laag scoort. Een uitzondering is bijvoorbeeld Triodos, deze bank is zeer mvo-gericht en plukt op dit moment de vruchten. Triodos laat dubbele groeicijfers zien. Misschien is dit een omslagmoment voor grote financiële instellingen. Banken zijn van nature risicomijdend en zeker in de huidige kredietcrisis zal men bij kredietverlening meer dan ooit kijken naar de terugbetaling. Mvo geeft de ingrediënten tot verlaging van risico; eigenlijk zit mvo dicht tegen de kern van de bancaire dienstverlening. Mvo kan banken behoeden voor vreemde financiële constructies. De crisis haalt nu de onzin eruit en zal banken dwingen zich te richten op hun kernactiviteiten. Mvo is een goede vorm van risicomangement, ook voor banken. Een andere vraag betrof het kopen van CO<sub>2</sub>-emissiecredits in andere landen om te voldoen aan richtlijnen voor CO<sub>2</sub>-uitstoot in eigen land. Past dat in de Profit-Planet-People gedachte? Lageweg zegt daar niet een oordeel over te willen vellen, MVO-Nederland is geen normerende club. Dit soort afkoopregelingen is een onderdeel van een breed proces om zuinige en betere energie te gebruiken. Daarbij moet de ondernemer zich in toenemende mate gaan richten op duurzaam inkopen. Gasseling ziet een belangrijke taak voor de brancheorganisaties om duurzaam inkopen bij hun leden te stimuleren. Naar zijn smaak tonen brancheorganisaties vaak een defensieve houding wanneer het om duurzaam ondernemen gaat. Een vertegenwoordiger van een brancheorganisatie zegt dat dit niet altijd de zaak is. Brancheorganisaties verdedigen de belangen van hun leden. Een beleidslijn is om concurrerend in de markt te zijn en dat is niet defensief. Wij laten onze leden de kansen zien en ieder kiest dan het zijne. Gombault denkt dat de duurzame markt flink in opkomst is. De ondernemer zal inderdaad meer geneigd zijn duurzaam inkoopbeleid te voeren als hij marktkansen ziet voor zijn bedrijf. Klanten worden merkbaar actiever op dit terrein, meer en meer wordt er gekeken naar duurzaam inkoopbeleid van bedrijven. Gasseling denkt dat een vertaalslag mist naar een op duurzaamheid gericht businessmodel. In sectoren waar een gezicht gegeven kan worden aan een geslaagde vorm van duurzaam ondernemerschap zullen bedrijven dat voorbeeld volgen. Die sectoren zullen uiteindelijk succesvol zijn. Kloet herhaalt zijn pleidooi om welk model dan ook zo concreet mogelijk te maken: leg de focus op kleine zaken waar vrij eenvoudig succes behaald kan worden. Dat zal de ondernemer stimuleren meer in duurzaamheid te investeren. Bij het

Ministerie van Economische Zaken wil men mvo en duurzaam ondernemen van harte ondersteunen, zo zegt een vertegenwoordiger van het departement. Maar bestaat er een vergelijkingstool om bedrijven inzicht te kunnen geven hoe ze ten opzichte van anderen staan in mvo? Hoe maak je zo iets transparant? Profit valt goed te meten maar hoe doe je dat bij Planet en People? Welke indicatoren lenen zich goed voor een dergelijke benchmark?



**Marcel Gasseling, Martin Kloet, Willem Lageweg en Marieke Gombault**

Kloet meent dat het monitoren van energieverbruik van bedrijven een goede 'Planetindicator' is. Lageweg vult aan dat een goede 'People-indicator' de medewerkerstevredenheid is. Of dat kinderarbeid nog voorkomt in het productieproces van producten die ingekocht worden. Veel bedrijven weten dat niet exact. Gombault denkt dat een dergelijke 'mvo-benchmark' niet zal kunnen voldoen aan een algehele transparantie van mvo in het bedrijfsleven. De verschillen per sector zijn daarvoor eenvoudig te groot. Ook merkt ze op dat de indicator Profit breder geïnterpreteerd moet worden dan alleen omzetcijfers. Bertens ziet het gevaar dat een dergelijke benchmark alleen inzoomt op de bedrijfsprocessen: mvo moet ook gezien worden in het kader van het ontwikkelen van nieuwe duurzame producten. Discussieleider Frans Pleijster sluit deze boeiende bijeenkomst af met een laatste vraag: Wat is de rol van de overheid hierin? Kloet vindt dat er al veel gedaan wordt in het bedrijfsleven; de overheid zou hierop een flankerend beleid kunnen ontwikkelen. Vanuit de zaal onderstreept mevrouw Vlaming van MVO-Nederland dit nog eens: veel brancheorganisaties zijn al met mvo bezig; wat misschien ontbreekt is een duwtje in de rug. De overheid kan daarin een rol spelen. Met name de vraag hoe je meer draagvlak voor mvo creëert is belangrijk. MVO-Nederland heeft met 75 brancheorganisaties inmiddels het initiatief genomen om mvo dat extra duwtje in de rug te geven.

