

# 7 MVO-trends

+ TEKST JAN BOM + FOTOGRAFIE REZA HAREK

Duurzame organisaties kunnen het zich niet permitteren achterover te hangen. De praktijk van het maatschappelijk verantwoord ondernemen levert steeds meer praktijkervaring en inzichten op. MVO Nederland inventariseerde zeven grote trends waar bedrijven rekening mee moeten houden. P+ toetste de trends bij zeven smaakmakers.



## #1 Van winst naar waarde

**Trend 1:** De discussie over MVO verschuift van 'de dingen goed doen' naar 'de goede dingen doen'. Het oplossen van maatschappelijke vraagstukken wordt het uitgangspunt van bedrijven.

**Voorbeelden:** AkzoNobel, ARCADIS, BAM, Deloitte, DSM, EY, FMO, Interface, Heijmans, KPMG, Philips, PwC, Thermaflex

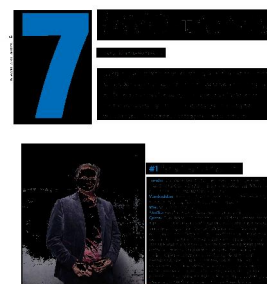
**Wie:** Rob van Tulder (1956)

**Functie:** Hoogleraar Rotterdam School of Management

**Quote:** "Toen de Sociaal Economische Raad (SER) in december 2000 het rapport 'De winst van waarden' presenteerde, was dat argument vooral geënt op een negatief waardebegrip. We dachten toen: de reputatieschade die ondernemingen oplopen als ze niet maatschappelijk verantwoord zouden opereren, zou leiders ertoe aanzetten om zich meer te richten op maatschappelijke waarde. Dat idee is wel erg optimistisch gebleken. Inmiddels is er vijftien jaar verstreken en is 'waarde' een modebegrip geworden. We hebben ook gezien dat MVO aan de algemene strategie van de onderneming gekoppeld moet worden, als fundamentele waardepropositie, anders werkt het niet. Daarom onderzoeken we nu met een brede coalitie van wetenschappers en stakeholders of we die waarde meetbaar kunnen maken. Hoe kun je via gezamenlijke waardecreatie voor iedereen meerwaarde genereren?"

**URL:** [www.rsm.nl](http://www.rsm.nl)

PEOPLE TRENDSETTERS





## #2 Fossiel exit

**Trend 2:** De beprijzing van CO<sub>2</sub>, desinvesteringen in olie en schadeclaims door klimaatslachtoffers markeren het einde van het fossiele tijdperk.

**Voorbeelden:** ASN Bank

**Wie:** Jos Cozijnsen (1960)

**Functie:** Expert emissiehandel en eigenaar Goodfibrations

**Quote:** “Ik vind het een sympathiek idee voor mensen die hun handen schoon willen houden, maar er zijn nog volop kansen voor het vergroten van fossiele bedrijven. Uiteindelijk gaat het om het behalen van een totaal aan CO<sub>2</sub>-reducties. Ik weet dat het beleggingsfonds van de ASN Bank geen aandelen in oliebedrijven heeft, maar voor al die andere banken en pensioenfondsen zijn er nog geen goede andere bestemmingen voor het geld. Clean Tech-bedrijven hebben nog bij lange niet de schaal bereikt van een Koninklijke Olie. Een paar procent verduurzamen van Shell heeft meer effect op het behalen van de nodige reducties op wereldschaal. En als universiteiten geld beleggen in fossiele bedrijven, zeg ik: beleg dat liever in studenten, potverdomme.”

**URL:** [www.emissierechten.nl](http://www.emissierechten.nl)



## #3 Smart sustainability

**Trend 3:** ‘Duurzaam’ en ‘slim’ vallen steeds meer samen. Slim samenwerken, slimme meters, smartgrids en intelligente sensoren dragen bij aan de kwaliteit van leven, energiebesparing en veiligheid.

**Voorbeelden:** Alliander, Pameijer, Essent

**Wie:** Thalita Muusse (1991)

**Functie:** Oprichter Punchy Pack

**Quote:** “Het is interessant dat een jonge generatie, die is opgegroeid met internet, nu zelf apps en websites bouwt. Ze zijn gewend om informatie met elkaar te delen. Met dat principe maken ze technologie die voorkomt dat dingen verspillend worden, door die dingen online beschikbaar te stellen. Auto’s, maaltijden, gereedschap. Dat voorkomt overvloed. Eigenlijk kun je door slimme technologie alles deelbaar maken. Ik zie dat op technische universiteiten heel veel velden samenkomen en in perspectief worden geplaatst. Daardoor krijg je nu techners, die een maatschappelijk vraagstuk willen oplossen.”

**URL:** [www.thepunchypack.nl](http://www.thepunchypack.nl)

## #4 Het potentieel van het teveel

**Trend 4:** Alles wat over is of verspild dreigt te worden aan tijd, spullen, grondstoffen én sociaal kapitaal vormt steeds vaker de basis voor interessante verdienmodellen.

**Voorbeelden:** Waternet, Ecommunity Park, FLOOW2, Bisschopsmolen, Paperwise, Starsock, Kromkommer, Food2Food, Herso, MyWheels

**Wie:** Geanne van Arkel (1970)

**Functie:** Hoofd Sustainable Development bij Interface

**Quote:** “Bij Interface zijn we twintig jaar geleden al gestart om te gaan produceren zoals de natuur werkt. Daar is geen verspilling. Alles heeft een functie. Zo zijn we op zoek gegaan naar grondstoffen die voorhanden zijn, ook al zaten ze in een andere keten. Zo kwamen we uit op in zee rondrijvende visnetten, die gemaakt zijn van hetzelfde materiaal als het garen van onze tapijttegels. Door deze cross-sectorale aanpak konden we dit materiaal gaan recyclen, de mensen die het vuil opvissen belonen en de zee schoner maken. De natuur kent ook geen verspilling van tijd. Daarom moet je medewerkers vragen: ‘Waar loop jij warm voor?’ Als je mensen daar de ruimte voor geeft, komen er veel meer creatieve oplossingen. Ze doen meer en andere dingen dan in een traditionele functieomschrijving staat. Die is vaak beperkend. Ik heb mijn eigen rol binnen Interface mogen creëren, daardoor kan ik ook mijn volle passie inbrengen. Aan passie bij mensen is nooit tekort.”

**URL:** [www.interfaceflor.nl](http://www.interfaceflor.nl)



## #5 Duurzaamheid verkoopt niet

**Trend 5:** Duurzame koplopers gebruiken de term duurzaamheid niet meer bij het verkopen van hun product en vinden zo wél hun weg naar de consument.

**Voorbeelden:** Tony's Chocolonely, Vandebron, The Dutch Weedburger, Rondeel eieren

**Wie:** Timmo Terpstra (1970)

**Functie:** Directeur Peeze koffiebranderij

**Quote:** “Bij de introductie van onze nieuwe biobased cups bij zakelijke afnemers gebruik ik het woord duurzaam welbewust niet. Ik vertel wel over de kwaliteit van de capsules, over onze gepatenteerde uitvinding. Ik leg het ook uit. Zuurstof en koffie houden niet van elkaar. Na drie weken te zijn blootgesteld aan zuurstof, is gemalen koffie echt niet lekker meer. De originele Nespresso capsules zijn daarom van aluminium. Met dat materiaal is een ideale zuurstofbarrière te maken. Je zit alleen wel met een heel duur afvalproduct als je dat niet apart inzamelt en inlevert. Andere aanbieders en supermarkten hebben gekozen voor plastic cups, maar moeten de cups dan wel in een extra sachet stoppen, om te voorkomen dat er zuurstof bij komt. Allemaal afval. Onze vinding op basis van het residu van suikerbieten is een capsule die geen extra zakje nodig heeft. Daarmee is het hele product composteerbaar geworden. Dat zijn de woorden die ik gebruik in het contact met klanten. Niet het woord duurzaam. Je moet het verhaal erachter vertellen. Waarom je het doet. Dat is onderscheidend.”

**URL:** [www.peeze.nl](http://www.peeze.nl)



## #6 Revolutie in de handelsketen

**Trend 6:** Onder invloed van innovatieve koplopers beginnen handelsketens te transformeren van ketens met risico's naar ketens met kansen.

**Voorbeelden:** NS met Eneco, IDH met tal van partners

**Wie:** Marina Toeters (1982)

**Functie:** Smart fashion designer bij By-wire.net

**Quote:** "Ik werk in de fashion op het raakvlak van commerciële toepassingen en technische oplossingen: smart textiles. Ik mocht aan tafel zitten bij het Netwerk Zorg van MVO Nederland, samen met een aantal grote zorginstellingen: UMCU Utrecht, UMCG Groningen, het Radboud in Nijmegen, Brabant Zorg en een groep koplopers in de textiel zoals Van Puijenbroek werkkleding. De vraag was: wat kunnen we verbeteren aan de werkkleding van medewerkers in de zorg? Ik heb toen een drielagensysteem ontworpen. De onderste laag moet bijdragen aan het voorkomen van 60 procent van het ziekteverzuim: een te zware belasting van de knieën en de rug. Ik heb in die laag sensoren ingebouwd die je vertellen of je houding beter kan. De stof en de accessoires zijn allemaal van materiaal dat na gebruik gerecycled kan worden, om er opnieuw kleding van te maken. Op de toplaag zit een anti-bacteriële finish, die het aantal besmettingen van medewerkers met 25 procent kan verminderen. De revolutie in de handelsketen is dat we deze kleding op drie plekken hebben gemaakt. Dicht bij huis in Macedonië en Tunesië, maar daarnaast toch ook in Bangladesh om daar tot een betere situatie te komen."

**URL:** [www.by-wire.nl](http://www.by-wire.nl)



## #7 Duurzaam is dat je lang meegaat

**Trend 7:** Mensen gezond en inzetbaar houden en zorgen dat ieder talent telt, dat is pas écht duurzaam. Steeds meer organisaties stellen dit uitgangspunt centraal en werken actief mee aan een 'inclusieve economie'.

**Voorbeelden:** IHC Merwede, EY, Soupalicious, sociale ondernemingen

**Wie:** Sven Romkes (1982)

**Functie:** HR-specialist 'Diversity & Inclusion' bij ABN AMRO (kreeg heel kort na zijn geboorte een hersenbloeding)

**Quote:** "Ik breng mijn boodschap graag in de vorm van cabaret, als sit-down comedy. En dan adviseer ik bedrijven: neem nooit een gehandicapte aan. Je raakt er nooit meer vanaf. Ze doen zo goed hun best, dat ze alle andere collega's in verlegenheid brengen. Ze vragen ook de ergste dingen, zoals: wat kun jij niet zo goed? Tenenkrommend. Daar is niemand op voorbereid. Die lui houden van hun werk. Ikzelf sta al om kwart voor vijf's ochtends op om heerlijk naar de bank te gaan, haha."

**Twitter:** [@svenromkes](https://twitter.com/svenromkes) ■

