



**Auteur:** Nelleke Jacobs

**Functie:** Medewerker Kennismanagement

**Werkzaam bij:** MVO Nederland

MVO Nederland is dé MVO-startpagina en wegwijzer voor ondernemers.

Reageren?

E: [contact@mvonederland.nl](mailto:contact@mvonederland.nl)

W: [www.mvonederland.nl](http://www.mvonederland.nl)

## Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen, ondernemen met kwaliteit!

Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) is een veel gehoorde term in het bedrijfsleven anno 2007.

Maatschappelijk verantwoord ondernemen wil zeggen dat bedrijven waarde scheppen op drie terreinen: **people, planet én profit**.

Bedrijven die maatschappelijk verantwoord ondernemen nemen verantwoordelijkheid voor hun personeel, de buurt waarin ze ondernemen, global warming, de herkomst van hun producten etc. In de afgelopen periode hebben vele bedrijven en bedrijfstakken opvallende nieuwe MVO initiatieven genomen.

Zo wil Philips het percentage omzet uit 'groene' producten de komende vijf jaar verdubbelen naar 30% van de totale omzet; McDonald's Nederland gaat verantwoorde koffie schenken van vers gemalen bonen met het Utz Kapeh-keurmerk; Sony heeft een prototype van een milieuvriendelijke batterij ontwikkeld die op suiker werkt; Heineken startte een campagne tegen drankmisbruik; de banken stellen steeds vaker MVO eisen bij hun kredietverlening en Bouwend Nederland verhief MVO tot speerpunt voor de eigen bedrijfstak. Daarnaast kondigde het kabinet aan dat de rijksoverheid in 2010 bij 100% (nu 25%) van haar inkopen duurzaamheidscriteria gaat hanteren.

Deze belangstelling voor MVO zal de komende jaren alleen maar toenemen. Klimaat, keten, consumentenvoorlichting en diversiteit zijn enkele van de belangrijkste thema's voor de toekomst. Kortom, MVO is uitgegroeid tot een strategisch onderwerp waar geen bedrijf vandaag de dag omheen kan.

### MVO levert kwaliteit

Onderzoek van de Universiteit Twente wijst uit dat bedrijven die maatschappelijk verantwoord ondernemen beter in staat zijn te innoveren en betere prestaties leveren.

En dat is begrijpelijk: bedrijven die maatschappelijk verantwoord ondernemen, zijn betrokken en naar buiten gericht. Daarom weten zij wat partijen uit de

omgeving verwachten, wat klanten willen en hoe hun toeleveranciers handelen. Deze kennis is een belangrijke stap naar het leveren van optimale kwaliteit. Ook banken zijn ervan doordrongen dat MVO kwaliteit levert. Steeds meer banken stellen MVO-eisen bij een kredietaanvraag. MVO verkleint namelijk de bedrijfs- en reputatierisico's.

## Toeleveranciers

Als je als bedrijf intern je maatschappelijke verantwoordelijkheid wilt nemen, is het belangrijk om ook naar je toeleveranciers te kijken. Waar komen de ingekochte producten vandaan? Welke kwaliteit hebben die producten? Door wie en onder welke omstandigheden zijn ze gemaakt?

Daarom is het belangrijk te **inventariseren wat relevante toeleveranciers** zijn en in welke ketens u actief bent.

Vervolgens kunt u een **gedragscode opstellen** voor uw inkoopbeleid. Hiervoor kunt u zelf criteria opstellen die gebaseerd zijn op internationale normen op het gebied van milieu of arbeidsomstandigheden. De OESO-richtlijnen (<http://www.oesorichtlijnen.nl/>) voor internationaal opererende bedrijven kunnen hierbij behulpzaam zijn.

Producent van producten en concepten op het gebied van koken en wonen Merison is hier een goed voorbeeld van. Merison liet een gedragscode ontwerpen waarin bepalingen over arbeidsomstandigheden, discriminatie en mensenrechten staan. Inkoopers van Merison laten die code ondertekenen door toeleveranciers. Als tijdens controles blijkt dat er iets niet in orde is, kan Merison hier consequenties aan verbinden en de order afzeggen. Merison betaalt de onderzoeken zelf, de fabriek bekostigt de eventuele aanpassingen.

Ook kunt U ervoor kiezen om aan te sluiten bij een bestaand initiatief als Fair Wear ([www.fairwear.nl/](http://www.fairwear.nl/)) , MPS ([/www.my-mps.com/](http://www.my-mps.com/)) of BSCI ([www.bsci-eu.org/content.php](http://www.bsci-eu.org/content.php)).

Ook producent van babyproducten Difrax koos ervoor zich aan te sluiten bij zo'n bestaand initiatief. Eigenaar Vivienne van Eijkelenborg wilde niet als zoveelste bedrijf zelf allerlei voorschriften opleggen aan toeleveranciers. Daarom sloot ze zich aan bij de Business Social Compliance Initiative (BSCI) , een Europees samenwerkingsverband van o.a. textielbedrijven. Alle fabrieken die BSCI controleert, komen in een databank waarin Difrax kan aflezen wie in welke mate aan de richtlijnen voldoet. Door aan te sluiten bij een grotere Europese organisatie blijven de kosten voor Difrax binnen de perken.

Zodra u criteria heeft vastgesteld, kunt u de toeleveranciers **langs de meetlat** leggen. Vraag ze om uw inkoopcode te ondertekenen.

Vervolgens kunt u **verbeteringen** in het gedrag van uw leveranciers stimuleren. U kunt volstaan met een gesprek met de toeleverancier. Maar zo

nodig kunt u ook besluiten tot een leveranciersonderzoek met controle op locatie.

Tot slot is het belangrijk om van te voren afspraken te maken over de mogelijke **consequenties** van uw beleid. Geeft u leveranciers de kans zich te verbeteren en wilt u hen daarbij helpen? Of moet het contract worden beëindigd?

## Aan de slag!

MVO is een voorwaarde voor het leveren van kwaliteit. Kijk daarom op [www.mvonderland.nl](http://www.mvonderland.nl) en ga aan de slag met MVO!

Nelleke Jacobs