

**M201109**

**MVO-ambities in het MKB**

Coen Bertens  
Christi Veldhuis-Van Essen  
Johan Snoei  
Zoetermeer, juni 2011



Dit onderzoek is mogelijk gemaakt door het Onderzoeksprogramma Ondernemerschap en MKB van het Ministerie van EL&I en door MVO Nederland

## **MVO-ambities MKB**

*In het voorjaar van 2011 zijn in het Beleidspanel MKB aan 1.663 MKB-bedrijven met tussen 2 en 250 werkzame personen een aantal vragen gesteld over hun aandacht voor maatschappelijk verantwoord ondernemen, in het MKB ook vaak duurzaam ondernemen genoemd. Aan de bedrijven is onder meer gevraagd naar hun perceptie van hun positie op een denkbeeldige MVO-ladder en hun ambitie op die ladder over 3 jaar. De onderzoeksresultaten zijn vervolgens gewogen naar het totale Nederlandse MKB.*

Het onderzoek laat zien dat een kleine 60% van het MKB aangeeft dat men zich op de MVO-ladder bevindt. Nog eens 9% van het MKB is van mening weliswaar niet op de ladder te staan, maar de ladder inmiddels wel in het 'zicht' te hebben. Slechts 3% van de bedrijven claimt de bovenste tree te hebben bereikt. Ongeveer 29% van het MKB laat MVO nu voor wat het is, en is momenteel inactief op dit terrein.

Gevraagd naar de MVO-activiteiten die door het MKB al in flinke mate zijn getroffen, blijkt energiebesparing de meeste aandacht te hebben gekregen, maar ook het treffen van maatregelen om milieubelasting te verminderen, staat flink in de aandacht. Verder heeft 30% van de MKB'ers gewerkt aan het ontwikkelen van duurzame producten of diensten, en stelt 28% van de bedrijven eisen aan leveranciers op het gebied van arbeidsomstandigheden en milieu. Een vijfde van de bedrijven neemt bovendien ook zelf mensen met een achterstand op de arbeidsmarkt in dienst. Het maken van een maatschappelijk jaarverslag komt nog relatief weinig voor (9%), maar er wordt al wel door veel bedrijven over MVO-activiteiten gecommuniceerd (31%).

Kijkend naar het aantal MVO-activiteiten waar het MKB de afgelopen jaren flink aan heeft gewerkt, blijkt duidelijk dat het grotere MKB de afgelopen jaren aan de meeste MVO-aspecten werkte, en energiebesparing en milieu-maatregelen vooral bij kleinere MKB-bedrijven in beeld waren.

Dat klanten volgens MKB-bedrijven steeds meer aandacht hebben voor MVO blijkt opnieuw. 56% is het daarmee helemaal of tamelijk eens.

Een derde van de MKB-bedrijven blijkt ambitie te hebben op het gebied van MVO; men ziet zich over drie jaar hoger op de ladder staan dan nu. De grootste groep ondernemers (56%) verwacht over drie jaar op hetzelfde niveau te zitten als nu. Een kleine groep (11%) verwacht juist wat lager uit te komen en ingehaald te worden door de ontwikkelingen op het gebied van MVO.

Gevraagd naar de MVO-activiteiten die de ondernemers willen uitvoeren om op niveau te blijven of zelfs te stijgen op de MVO-ladder, worden energiebesparingsmaatregelen (opnieuw) het vaakst genoemd. Vermindering van de milieubelasting is vooral belangrijk voor middelgrote bedrijven en 38% van het MKB wil meer MVO-eisen gaan stellen aan leveranciers. Opvallend is verder dat bijna de helft van het MKB met MVO-ambitie meer eco-innovatieve producten en diensten wil ontwikkelen. Verder valt te verwachten dat de aandacht voor transparantie over MVO toe zal nemen. Meer dan

helft van het MKB wil meer communiceren over MVO en bijna een kwart van MKB wil een maatschappelijk verslag maken.

45% van het MKB geeft aan wel eens kennis of advies te hebben ingewonnen over MVO. Brancheorganisaties zijn veruit de belangrijkste kennis- en adviesbron, maar er wordt bij veel verschillende partijen informatie ingewonnen.

Ruim de helft van het MKB heeft een (beeld van de) ondersteuningsbehoefte rond MVO. Als onmisbare informatie worden vooral genoemd: onafhankelijke informatie over MVO, de mogelijkheid om vragen te kunnen stellen over MVO en het delen van ervaringen en dilemma's met andere ondernemingen.

Meer dan een kwart van het MKB kan al helemaal voldoen aan die eisen en zelfs ruim driekwart van de middelgrote bedrijven geeft aan helemaal of in belangrijke mate te kunnen voldoen aan die eisen. Verder meent bijna de helft van het MKB hun MVO-ambities op eigen kracht te kunnen realiseren.

# 1 Huidige positie en activiteiten MKB rond MVO

## 1.1 Perceptie MKB van huidige positie op MVO ladder

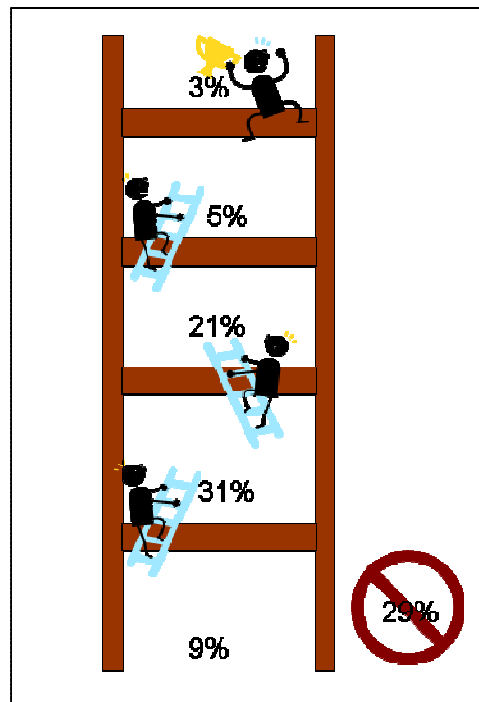
Aan de bedrijven is gevraagd om zichzelf te positioneren op een denkbeeldige MVO ladder en achtereenvolgens aan te geven:

- Waar men zich momenteel bevindt op de MVO ladder?
- Welke ambities men heeft over drie jaar?

Uit deze resultaten kan ook worden afgeleid welk deel van de ondervraagde MKB-bedrijven voor zichzelf nog een MVO-groeipotentie ziet.

In achtereenvolgens figuur 1 en de tabellen 1 en 2 zijn de resultaten te lezen van de perceptie van MKB'ers van hun plaats op MVO-ladder. Figuur 1 geeft het totaalbeeld, tabel 1 naar de verdeling naar sector en tabel 2 naar grootteklasse.

Figuur 1 Perceptie MKB'ers van hun huidige plaats op MVO-ladder



Bron: EIM, 2011.

### *Aanzienlijke groep MKB-bedrijven bevindt zich op de MVO-ladder*

Bijna twee derde van de MKB-bedrijven geeft aan de ladder te zijn beklommen of ervoor te staan. Dit laat zien dat het overgrote deel van het MKB MVO ziet als een serieuze ontwikkeling.

Op de onderste trede van de ladder staat 31% van de bedrijven. Hierbij valt op dat met name de sector logies en maaltijden met 42% van de bedrijven zich op de onderste trede plaatst. 21% van het MKB staat naar eigen zeggen halverwege de ladder, waarbij de industrie met 26% voorop loopt en de financiële sector met 13% achterblijft.

*Een kleine groep MKB'ers vindt zich hoog op de MVO-ladder staan*  
Opvallend is de perceptie van MKB-bedrijven waar het gaat om hun positie op de ladder. Slechts 8% van het MKB geeft aan dat men op de bovenste helft van de MVO-ladder staat; 5% staat op driekwart en 3% staat ergens bovenaan. Sectoren die meer bedrijven in het bovenste deel van de ladder hebben staan, zijn de industrie en de overige dienstverlening. Middelgrote bedrijven staan met gemiddeld 14% vaker hoger op de MVO-ladder dan de kleine bedrijven (7%).

*29% van het MKB doet (nog steeds) niets aan MVO*

Iets minder dan een derde van het MKB zegt MVO te laten voor wat het is. Bijna de helft (44%) van de MKB-bedrijven in de financiële sector zegt niets met MVO te doen, maar ook in de transport en de detailhandel zijn deze percentages aanzienlijk. Wel is duidelijk dat de micro (32%) en kleine bedrijven (19%) duidelijk vaker zeggen MVO te laten voor wat het is dan de middelgrote bedrijven (7%).

Tabel 1 Perceptie MKB'ers van hun plaats op MVO-ladder? Naar sector

Type activiteit	Industrie	Bouw	Handel en reparatie	Logies en maaltijden	Vervoer, opslag en communicatie	Financiële sector	Verhuur en zakelijke dienstverlening	Overige dienstverlening
We laten MVO voor wat het is	18%	34%	31%	20%	36%	44%	29%	28%
We zien de ladder staan vanaf de grond	7%	8%	7%	11%	6%	9%	12%	7%
We staan op de onderste trede	33%	29%	31%	42%	30%	26%	28%	31%
We staan ongeveer halverwege	26%	17%	22%	19%	21%	13%	20%	20%
We staan ongeveer op driekwart	8%	3%	4%	4%	2%	4%	5%	7%
Ons bedrijf staat ergens bovenaan de ladder	5%	4%	2%	4%	2%	0%	3%	6%
Weet niet	3%	4%	5%	0%	2%	4%	3%	1%

Bron: EIM, 2011.

Tabel 2 Perceptie MKB'ers van hun plaats op MVO-ladder? naar grootteklasse

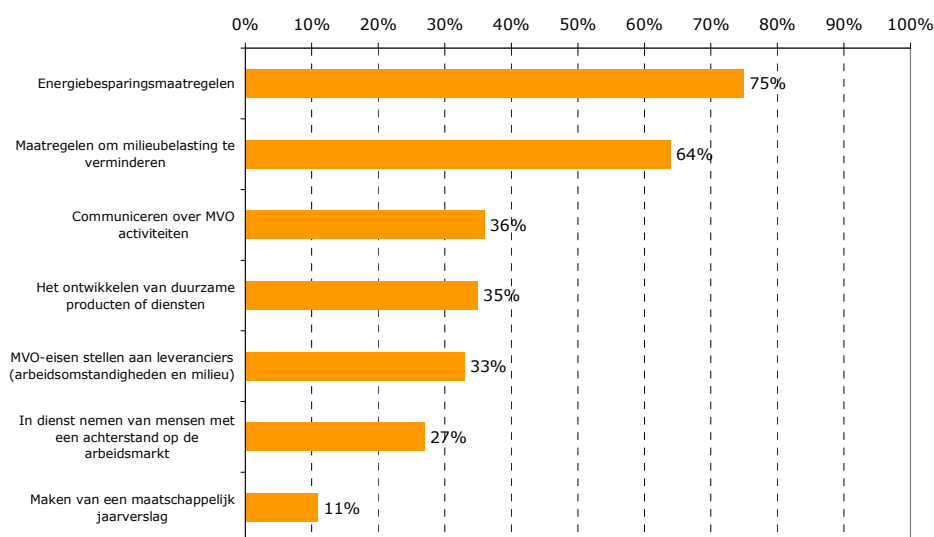
Type activiteit	Microbedrijven	Kleinbedrijf	Middenbedrijf
We laten MVO voor wat het is	32%	19%	7%
We zien de ladder staan vanaf de grond	9%	6%	3%
We staan op de onderste trede	29%	38%	45%
We staan ongeveer halverwege	19%	26%	28%
We staan ongeveer op driekwart	4%	6%	7%
Ons bedrijf staat ergens bovenaan de ladder	3%	2%	7%
Weet niet	3%	3%	3%

Bron: EIM, 2011. \*EU-definitie grootteklasse, micro (1-9 wp), klein (10-49 wp), midden (50-249 wp).

## 1.2 Aandacht besteed aan MVO-activiteiten

Aan de bedrijven is gevraagd om aan te geven aan welke MVO-activiteiten men tot dusverre flinke aandacht heeft besteed. Uiteraard gaat het hierbij ook om hun perceptie. De bedrijven konden hier per item alleen antwoorden met ja of nee (zie figuur 2). In tabel 3 worden de resultaten weergegeven naar sector.

Figuur 2 Aandeel MKB-bedrijven dat aangeeft dat men flink aandacht heeft besteed, naar MVO-activiteiten



Bron: EIM, 2011. \* Multiple respons.

*Energiebesparing heeft meeste aandacht gekregen, maar milieu ook flink*

Energiebesparing krijgt in driekwart van het MKB de meeste aandacht, snel gevolgd door bijna twee derde van het MKB dat werkt aan maatregelen om de milieubelasting te verminderen. Alle onderscheiden sectoren laten dit beeld zien met uitzondering van de bouw. In de bouw is meer aandacht voor milieu dan voor energiebesparing. Grotere bedrijven in het MKB blijken gemiddeld meer aandacht te besteden aan energiebesparing en milieu dan kleinere bedrijven.

*Aanzienlijke groep MKB'ers werkt aan eco-innovaties*

Verrassend is dat ruim een derde van het MKB aangeeft duurzame producten en/of diensten te ontwikkelen. In het industriële MKB blijkt dit percentage zelfs op 50% te liggen. Naarmate MKB-bedrijven groter zijn, neemt het percentage sterk toe.

*Veel aandacht voor duurzaam inkopen*

Een derde van de MKB ondernemers geeft aan eisen te stellen aan hun leveranciers op het gebied van arbeidsomstandigheden en milieu. Recent onderzoek van EIM voor de SER<sup>1</sup> liet zien dat ca. 35% van de ondervraagde MKB-bedrijven in de nonfoodindustrie en groothandel duurzaam inkoopt. In dit onderzoek geeft 44% van het MKB groter dan 50 werkzame personen aan duurzaam in te kopen. De aandacht voor duurzaam inkopen blijkt vooral hoog in de horeca en tegelijkertijd opvallend laag in de financiële sector.

*Ook aandacht voor communicatie over MVO*

Gevraagd naar hun communicatieactiviteiten rond MVO geeft ruim een derde van de ondervraagde bedrijven aan over hun MVO-activiteiten te communiceren. Naarmate de bedrijven groter worden, loopt dit op tot rond de 50%.

Dat daarmee nog niet is gezegd dat er ook sprake is van een maatschappelijk jaarverslag blijkt duidelijk. Van de ondervraagde bedrijven zegt 11% een maatschappelijk jaarverslag uit te geven. Ruim 28% van de MKB-bedrijven groter dan 50 werkzame personen heeft een maatschappelijk jaarverslag.

*Ruim kwart MKB heeft achterstandsgroepen in dienst genomen*

Ruim een kwart van het MKB neemt mensen met een achterstand op de arbeidsmarkt in dienst. Vooral in de industrie ligt dit percentage met 42% van de bedrijven hoog. In de sector financiële dienstverlening en overige dienstverlening nemen bedrijven daarentegen minder vaak mensen met een achterstand in dienst. Het ligt voor de hand dat microbedrijven aanzienlijk minder vaak (20%) achterstandsgroepen in dienst nemen dan kleine en middelgrote bedrijven (46-52%).

<sup>1</sup> Onderzoek ten behoeve van de 2<sup>e</sup> voortgangsrapportage IMVO van de SER: Duurzaam inkopen, EIM, 2011.



Tabel 3 Aandeel MKB-bedrijven dat al flink aandacht heeft besteed aan MVO, naar sector

Type activiteit	Industrie	Bouw	Handel en reparatie	Logies en maaltijden	Vervoer, opslag en communicatie	Financiële sector	Verhuur en zakelijke dienstverlening	Overige dienstverlening
Energiebesparingsmaatregelen	81%	53%	78%	85%	81%	68%	71%	81%
Maatregelen om milieubelasting te verminderen	73%	63%	68%	64%	62%	54%	64%	50%
Communiceren over MVO activiteiten	40%	39%	33%	29%	45%	24%	39%	39%
Het ontwikkelen van duurzame producten of diensten	50%	36%	32%	27%	32%	30%	37%	33%
MVO-eisen stellen aan leveranciers (arbeidsomstandigheden en milieu)	36%	31%	36%	46%	28%	16%	25%	35%
In dienst nemen van mensen met een achterstand op de arbeidsmarkt	42%	24%	28%	27%	19%	16%	25%	17%
Maken van een maatschappelijk jaarverslag	15%	12%	11%	14%	10%	9%	8%	12%

Bron: EIM, 2011. \* Multiple respons.

### 1.3 MVO-maatregelpakketten en aansluiting bij ladder

*Grotere MKB werkte afgelopen jaren aan meeste MVO-aspecten*  
 Wanneer het aantal MVO-maatregelen wordt bekeken, waaraan de bedrijven zelf aangeven de afgelopen jaren flink te hebben gewerkt, valt (uit tabel 4) op dat het aantal maatregelen samenhangt met de bedrijfsgrootte. Naarmate de bedrijfsgrootte toeneemt, is de kans op meer aandacht voor verschillende MVO-maatregelen groter.

Tabel 4 Aantal MVO-maatregelen waar men de afgelopen 3 jaar flink aan heeft gewerkt, naar grootteklasse

Aantal MVO-maatregelen	Microbedrijven	Kleinbedrijf	Middenbedrijf
1	27%	14%	4%
2	27%	20%	11%
3	22%	24%	19%
4	12%	21%	23%
5	7%	14%	23%
6	4%	7%	12%
7	1%	2%	8%

Bron: EIM, 2011. \* EU-definitie grootteklasse, micro (1-9 wp), klein (10-49 wp), midden (50-249 wp).

De door de MKB-bedrijven genoemde MVO-maatregelen kunnen worden gecombineerd tot maatregelpakketten. De volgende maatregelpakketten zijn onderscheiden:

- geen maatregelen tijdens de afgelopen jaren;
- alleen aandacht voor energiebesparing;
- alleen aandacht voor milieumaatregelen;
- alleen aandacht voor sociale aspecten;
- aandacht voor energiebesparing en milieu;
- aandacht voor energiebesparing, milieu en sociaal.

*Afgelopen jaren waren vooral energiebesparing en milieumaatregelen in beeld bij kleinere MKB-bedrijven*

Uit tabel 5 valt af te lezen in hoeverre deze maatregelpakketten de afgelopen jaren flinke aandacht hebben gekregen in het MKB. Hieruit valt duidelijk af te lezen dat het grotere MKB de meeste aandacht besteedt aan alle MVO-aspecten en dat microbedrijven en kleine bedrijven vooral belangstelling hebben voor energiebesparing.

Tabel 5 MVO-maatregelpakketten MKB naar grootteklasse

MVO maatregelpakket	Microbedrijven	Kleinbedrijf	Middenbedrijf
Aandacht voor alle maatregelen	18%	35%	56%
Aandacht voor energiebesparing en milieu-maatregelen	42%	35%	28%
Alleen aandacht voor energiebesparing	22%	15%	6%
Alleen aandacht voor milieumaatregelen	13%	12%	6%
Alleen aandacht voor sociale aspecten	5%	4%	6%

Bron: EIM, 2011. \* EU-definitie grootteklasse, micro (1-9 wp), klein (10-49 wp), midden (50-249 wp).

Wanneer de MVO-maatregelpakketten van MKB-bedrijven van de afgelopen jaren worden vergeleken met de door de bedrijven genoemde positie op een denkbeeldige MVO-ladder, dan blijkt er geen duidelijke relatie te bestaan.

Wel is er een duidelijk verband tussen het aantal maatregelen waar de bedrijven aan hebben gewerkt. Naarmate men hoger op de ladder staat, is het aantal MVO-activiteiten dat flinke aandacht heeft gehad hoger.

#### 1.4 Ervaren aandacht van MKB voor MVO door klanten

Aan de bedrijven is gevraagd naar de mate waarin men aandacht van klanten voor MVO ervaart, in hoeverre men daaraan kan voldoen en vervolgens of men de indruk heeft dat men de MVO-ambities op eigen kracht kan waarmaken.

##### *MKB-bedrijven ervaren steeds meer aandacht van klanten voor MVO*

Gemiddeld blijkt 56% van de MKB-bedrijven het helemaal of tamelijk eens met de stelling dat klanten steeds meer eisen stellen op het gebied van MVO. Dat is inmiddels meer dan de helft van de MKB-bedrijven en opnieuw een groei ten opzichte van 2008 en 2009. Tabel 6 laat de ontwikkeling door de jaren zien. De ondervraagde groep bedrijven in 2011 is overigens wel iets anders dan ervoor (vanaf 2 werkzame personen en tot 250 werkzame personen in 2011 tegenover 0- 100 werkzame personen in 2008 en 2009).

Tabel 6 Het percentage MKB-bedrijven dat het eens is met de stelling 'Ik merk dat klanten steeds meer eisen stellen op het gebied van MVO'

<i>Sector</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2011</i>
Industrie	27	46	56
Bouw	34	49	60
Handel & reparatie	28	48	48
Logies & Maaltijden	30	68	59
Vervoer en communicatie	26	40	68
Financiële dienstverlening	25	46	54
Zakelijke dienstverlening	21	46	49
Overige dienstverlening	27	53	56

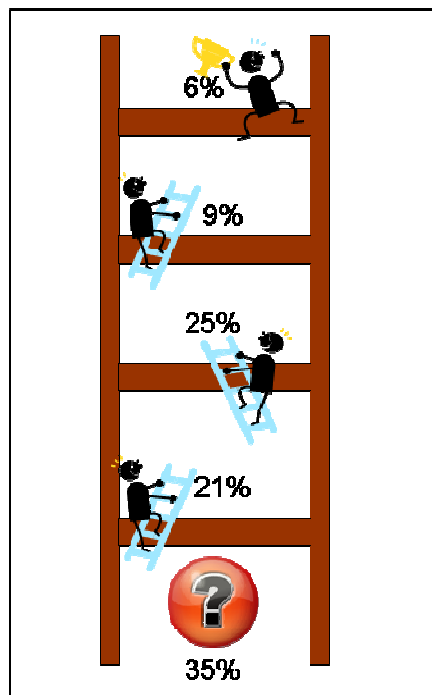
*Bron: MKB-Beleidspanel 2008, 2009 en 2011.*

## 2 Ambities MKB en toekomstige activiteiten MVO

### 2.1 Ambities MKB op MVO-ladder

Vervolgens is aan de bedrijven gevraagd op om diezelfde ladder aan te geven waar men over drie jaar denkt te staan. In achtereenvolgens figuur 3 en de tabellen 7 en 8 zijn de resultaten te lezen van de ambities van MKB-ers wat betreft hun plaats op MVO-ladder. Figuur 3 geeft het totaal, tabel 7 naar sector en tabel 8 naar grootteklasse.

Figuur 3 Waar denken MKB-bedrijven zich over 3 jaar te bevinden?



Bron: EIM, 2011.

#### *15% van het MKB heeft hoge MVO-ambities*

Binnen het MKB ziet 15% van de bedrijven zich over drie jaar op de bovenste trede of op driekwart van de MVO-ladder staan. Een op de vijf bedrijven geeft aan dat hun MVO-ambities over drie jaar op ongeveer een kwart van de MVO-ladder liggen. Daarnaast zegt een kwart van het MKB over drie jaar op de helft van de ladder te willen staan.

7% van het MKB heeft de ambities op driekwart van de ladder liggen. Hierbij valt met name de industrie op, omdat daar 16% van de bedrijven deze ambitie heeft. De sectoren *industrie* (9%) en *logies en maaltijden* (8%) hebben iets hogere ambities dan gemiddeld in het MKB (6%) om over drie jaar ergens bovenaan de ladder te staan. Van de grotere bedrijven in het MKB (middelgrote bedrijven) geeft een groter deel (14%) aan over drie jaar bij de top van de ladder te willen staan dan de kleine en microbedrijven (ongeveer 6%).

*Gemiddeld een derde van het MKB heeft geen (verdere) MVO-ambitie*

Ruim een derde (35%) van de ondervraagde bedrijven in het MKB geeft aan dat zij MVO laten voor wat het is. Dit percentage ligt vooral hoog in de sectoren *financiële dienstverlening* (48%) en de *bouw* (42%). Daarnaast geldt dat naarmate het bedrijf kleiner is, het percentage bedrijven dat MVO laat voor wat is, toeneemt. Voor de groep microbedrijven geldt dit voor 39% tegenover 11% van de middelgrote bedrijven. Van de genoemde 35% gaat het hierbij overigens voor:

- 75% om bedrijven die al niets deden aan MVO en ook geen ambitie hebben geuit, en voor
- 25% om bedrijven die nu zich al wel op de ladder zien staan, maar qua MVO-niveau denken te gaan zakken op de ladder.

Tabel 7 Waar liggen de MVO-ambities van MKB-bedrijven over 3 jaar? Naar sector

Type activiteit	Industrie	Bouw	Handel en reparatie	Logies en maaltijden	Vervoer, opslag en communicatie	Financiële sector	Verhuur en zakelijke dienstverlening	Overige dienstverlening
We laten MVO voor wat het is	23%	42%	36%	27%	37%	48%	38%	34%
We staan dan ongeveer op een kwart	22%	15%	23%	24%	15%	13%	22%	20%
We staan dan halverwege	25%	27%	25%	35%	26%	22%	21%	24%
We staan dan ongeveer op driekwart	16%	7%	4%	5%	11%	9%	8%	10%
Ons bedrijf staat dan ergens bovenaan de ladder	9%	3%	5%	8%	2%	4%	6%	7%
Weet niet	5%	5%	7%	1%	9%	4%	6%	6%

Bron: EIM, 2011.

Tabel 8 Waar liggen de MVO-ambities van MKB-bedrijven over 3 jaar? Naar grootteklasse

Type activiteit	Microbedrijven	Kleinbedrijf	Middenbedrijf
We laten MVO voor wat het is	39%	25%	11%
We staan dan ongeveer op een kwart	22%	18%	18%
We staan dan halverwege	23%	33%	32%
We staan dan ongeveer op driekwart	6%	13%	21%
Ons bedrijf staat dan ergens bovenaan de ladder	5%	7%	14%
Weet niet	6%	5%	4%

Bron: EIM, 2011. \* EU-definitie grootteklasse, micro (1-9 wp), klein (10-49 wp), midden (50-249 wp).

*Een vijfde van het Nederlandse MKB wil flink stijgen op de ladder*

Op basis van hun posities op beide ladders kan worden vastgesteld welk deel van het MKB verwacht hogerop de MVO-ladder te komen, en welk deel het huidige ambitieniveau verwacht vast te houden. Ruim een derde van de bedrijven is ambitieus en verwacht te stijgen op de ladder, 21% van de bedrijven denkt hierbij zelfs 2 of meer tredes omhoog te gaan.

Tegelijkertijd is er een meerderheid van bedrijven (56%) die op dezelfde positie denken te blijven staan. Dit wil overigens niet zeggen dat deze bedrijven achterover gaan leunen en niets meer doen, maar laat zien dat men het huidige niveau aan MVO-inspanningen voldoende vindt. Een klein aandeel (11%) van de bedrijven zegt te zullen zakken qua MVO-ambitieniveau, wat duidt op een vermindering van MVO-inspanningen.

## 2.2 Toekomstige MVO-activiteiten MKB

Het ligt voor de hand om dan ook te willen weten welke MVO-activiteiten de bedrijven in de komende drie jaar vooral willen uitbreiden. Ook hier konden de bedrijven per item alleen antwoorden met ja of nee (zie figuur 4). In tabel 9 worden de resultaten weergegeven naar sector.

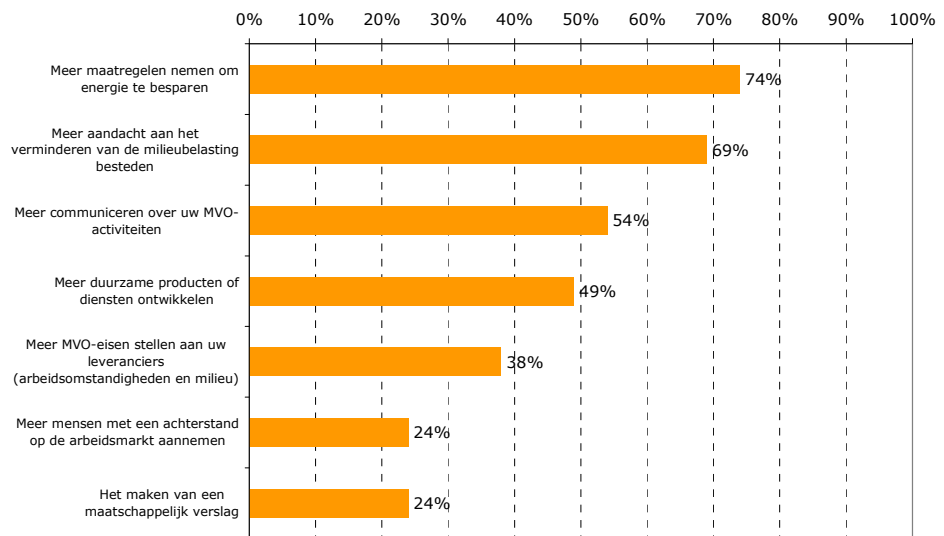
*Energiebesparingsmaatregelen (weer) het vaakst genoemd*

Bijna driekwart van het MKB geeft aan in de komende drie jaar meer energiebesparingsmaatregelen te willen treffen. Ondanks dat daar volgens de bedrijven al flink aan is gewerkt, ligt er volgens het MKB blijkbaar nog een flinke potentie. Vooral de bedrijven in de sectoren *logies en maaltijden* (82%) en de *overige dienstverlening* (79%) noemen vaak deze activiteit. Opvallend is dat de bedrijven in de industrie en in de financiële sector juist minder vaak deze energiebesparingsmaatregelen noemen.

*Vermindering milieubelasting vooral belangrijk voor middelgrote bedrijven*

Ruim 74% van de MKB-bedrijven wil meer aandacht gaan besteden aan vermindering van de milieubelasting. Deze activiteit wordt het vaakst genoemd door bedrijven in de industrie, de bouw en vervoer, opslag en communicatie. In de sector *overige dienstverlening* wordt deze activiteit aanzienlijk minder vaak genoemd.

Figuur 4 Welke MVO-activiteiten wil het MKB de komende 3 jaar vooral uitbreiden?



Bron: EIM, 2011. \* Multiple respons.

#### *38% MKB wil meer MVO-eisen gaan stellen aan leveranciers*

Van het MKB geeft 38% aan meer MVO-eisen te willen gaan stellen aan de leveranciers. Hierbij lopen de percentages uiteen van 32% van de bedrijven in de verhuur en zakelijke dienstverlening tot 42% van de bedrijven in de overige dienstverlening. De helft van de middelgrote MKB-bedrijven noemt deze activiteit.

#### *Bijna een kwart MKB wil komende drie jaar achterstandsgroepen aannemen*

Bijna een kwart van het MKB (24%) wil in de komende drie jaar meer mensen met een achterstand op de arbeidsmarkt aannemen. Hierbij vallen de sectoren *logies en maaltijden* (30%) en *industrie* (29%) in positieve zin op. In de overige dienstverlening ligt het percentage bedrijven dat mensen met een achterstand op de arbeidsmarkt wil aannemen met 17% juist ruim onder het gemiddelde. Van de kleine en middelgrote bedrijven geeft ongeveer 30% aan dit van plan te zijn.

#### *Bijna helft van MKB wil meer eco-innovatieve producten en diensten ontwikkelen*

Bijna de helft van het MKB wil in de komende drie jaar meer duurzame producten of diensten ontwikkelen. Vooral industriële MKB-bedrijven geven dit relatief vaak aan (57%) in tegenstelling tot het MKB in de sector *vervoer, opslag en communicatie* (41%). Verder geeft bijna twee derde (63%) van de middelgrote bedrijven aan meer eco-innovatieve producten en diensten te willen ontwikkelen.

*Meer dan helft MKB wil meer communiceren over MVO*

Een belangrijk aandachtspunt van MVO is transparantie en communicatie. 54% van het MKB geeft aan meer te gaan communiceren over hun MVO-activiteiten. In de overige dienstverlening wordt dit zelfs door bijna twee derde van de bedrijven genoemd. De andere dienstverlenende sectoren willen hier relatief minder vaak meer aandacht aan gaan besteden. Vooral de middelgrote MKB-bedrijven noemen deze activiteit vaak (69%).

*Bijna kwart van MKB wil een maatschappelijk verslag maken*

Het maken van een maatschappelijk jaarverslag, door velen gezien als de ultieme vorm van communicatie over MVO, wordt door 24% van de MKB-bedrijven genoemd als een MVO-activiteit die zij de komende drie jaar vooral willen uitbreiden. In de sector *verhuur en zakelijke dienstverlening* wordt deze activiteit het minst vaak genoemd (17%). Het ligt voor de hand dat deze plannen vaker door middelgrote bedrijven worden genoemd.

Tabel 9 Welke MVO-activiteiten wilt u de komende 3 jaar vooral uitbreiden?

Activiteiten	Industrie	Bouw	Handel en reparatie	Logies en maaltijden	Vervoer, opslag en communicatie	Financiële sector	Verhuur en zakelijke dienstverlening	Overige dienstverlening
Meer maatregelen nemen om energie te besparen	65%	77%	76%	82%	78%	59%	71%	79%
Meer aandacht aan het verminderen van de milieubelasting besteden	74%	74%	71%	63%	74%	63%	68%	57%
Meer MVO-eisen stellen aan uw leveranciers (arbeidsomstandigheden en milieu)	41%	36%	40%	38%	39%	37%	32%	42%
Meer mensen met een achterstand op de arbeidsmarkt aannemen	29%	21%	22%	30%	20%	24%	25%	17%
Meer duurzame producten of diensten ontwikkelen	57%	47%	48%	46%	41%	50%	52%	48%
Meer communiceren over uw MVO-activiteiten	52%	54%	57%	55%	53%	49%	49%	64%
Het maken van een maatschappelijk verslag	29%	28%	24%	30%	22%	26%	17%	29%

Bron: EIM, 2011. \* Multiple respons.



### 2.3 MVO-maatregelpakketten en aansluiting bij ladder

Wanneer het aantal MVO-maatregelen wordt bekeken, waarvan de bedrijven zelf aangeven de komende 3 jaar aan te willen werken, valt (uit tabel 10) op dat hier, anders dan bij de maatregelen die men de afgelopen 3 jaar heeft uitgevoerd (1.3), minder sterke verschillen bestaan naar bedrijfs-grootte.

Tabel 10 Aantal MVO-maatregelen waar men de komende 3 jaar aan wil werken, naar grootteklasse

<i>Aantal MVO-maatregelen</i>	<i>Microbedrijven</i>	<i>Kleinbedrijf</i>	<i>Middenbedrijf</i>
1	12%	7%	8%
2	23%	15%	8%
3	26%	24%	20%
4	20%	21%	24%
5	11%	18%	20%
6	6%	9%	16%
7	2%	6%	4%

*Bron: EIM, 2011. \* EU-definitie grootteklasse, micro (1-9 wp), klein (10-49 wp), midden (50-249 wp).*

Wanneer naar de maatregelpakketten wordt gekeken dan valt uit tabel 11 af te lezen dat er ook hier minder variatie bestaat tussen grootteklassen dan bij de maatregelpakketten waar men de afgelopen jaren flinke aandacht aan heeft besteed. In het algemeen kan wel worden gesteld dat kleine bedrijven doorgaans een kortere tijdshorizon hebben.

Tabel 11 MVO-maatregelpakketten MKB naar grootteklasse

<i>MVO maatregelpakket</i>	<i>Microbedrijven</i>	<i>Kleinbedrijf</i>	<i>Middenbedrijf</i>
Aandacht voor alle maatregelen	22%	35%	40%
Aandacht voor energie en milieu	43%	35%	30%
Alleen aandacht voor energiebesparing	18%	13%	15%
Alleen aandacht voor milieumaatregelen	12%	12%	10%
Alleen aandacht voor sociale aspecten	5%	5%	5%

*Bron: EIM, 2011. \* EU-definitie grootteklasse, micro (1-9 wp), klein (10-49 wp), midden (50-249 wp).*

### 3 Ondersteuningsbehoefte MKB rond MVO

Een belangrijk aspect in deze tijd betreft de ondersteuningsbehoefte die MKB-bedrijven ervaren op het gebied van MVO. In deze paragraaf komen aan de orde:

- de mate waarin de afgelopen jaren kennis en advies is ingewonnen over MVO;
- kunnen MKB-bedrijven thans voldoen aan de MVO-eisen van hun opdrachtgevers?
- de door MKB-bedrijven spontaan genoemde ondersteuningsbehoefte(n) rond MVO;
- voor het MKB onmisbare diensten rond MVO;
- kan men op eigen kracht de MVO-ambities bereiken?

#### 3.1 Kennis of advies ingewonnen over MVO

De bedrijven is gevraagd of zij gedurende de afgelopen drie jaar wel eens kennis of advies over MVO hebben ingewonnen en bij wie. Van de onderzochte bedrijven in het MKB gaf 45% aan wel eens kennis of advies over MVO te hebben ingewonnen. Voor bedrijven in de industrie geldt dat vaker dan gemiddeld, in tegenstelling tot bedrijven in de sectoren *handel en reparatie* en *logies en maaltijden*. Voor middelgrote bedrijven ligt dit percentage op 70%, voor kleine bedrijven op 60% en voor microbedrijven op 40%.

*Brancheorganisaties zijn een belangrijke kennis- en adviesbron*  
Vervolgens is spontaan (dus niet geholpen) gevraagd waar de bedrijven kennis of advies hebben ingewonnen (tabel 12). Brancheorganisatie(s) worden in het MKB het vaakst genoemd, gevolgd door adviesbureau's en het internet.

Tabel 12 Bij welke organisatie(s) heeft u die kennis of advies ingewonnen?

<i>Organisatie</i>	<i>Percentage</i>
MVO Nederland	3%
Brancheorganisatie(s)	38%
Adviesbureau(s)	28%
Kamer van Koophandel	9%
Sociale media en netwerken	8%
Via internet	12%
Anders	27%
Weet niet	4%

*Bron: EIM, 2011 \* Multiple respons.*

De genoemde websites laten een grote diversiteit zien aan genoemde organisaties en websites, variërend van websites van overheden, de bank, vakbladen etc. Vaak zoekt men via Google en kunnen de ondernemers geen

website meer benoemen. Verder wordt vaak informatie gezocht op websites van toeleveranciers. De categorie *anders* wordt vaak genoemd en laat een grote variatie zien aan bronnen. Het vaakst worden genoemd (in volgorde van aantal keer genoemd):

- via leveranciers (36)
- via de overheid (23)
- via gemeenten (25)
- via andere bedrijven (21)
- via energiebedrijven (14)
- via ondernemerskringen (12)
- via bladen (12)
- via hoofdkantoren (9)
- via de bank (10)
- via accountants (7)

Tabel 13 laat zien dat vooral de sectoren *vervoer, opslag en communicatie, logies en maaltijden* en de *industrie* hun brancheorganisaties raadplegen. Adviesbureaus worden vooral ingeschakeld door MKB-bedrijven uit de industrie en de bouw. MVO Nederland wordt relatief vaak genoemd door de sector *verhuur en zakelijke dienstverlening*. De sector *logies en maaltijden* laat zich relatief vaak van kennis of advies voorzien door de Kamer van Koophandel en door sociale media en netwerken. Het internet wordt vaak gebruikt door de MKB-bedrijven in de sectoren *overige dienstverlening* en *logies en maaltijden*. Opvallend weinig bedrijven in de industrie en de bouw zeggen gebruik te maken van internet voor het verkrijgen van kennis of advies.

Tabel 13 Bij welke organisatie(s) heeft u die kennis of advies ingewonnen? Naar sector

<i>Organisatie</i>	<i>Industrie</i>	<i>Bouw</i>	<i>Handel en reparatie</i>	<i>Logies en maaltijden</i>	<i>Vervoer, opslag en communicatie</i>	<i>Financiële sector</i>	<i>Verhuur en zakelijke dienstverlening</i>	<i>Overige dienstverlening</i>
MVO Nederland	2%	1%	1%	0%	1%	4%	8%	4%
Brancheorganisatie(s)	41%	39%	38%	41%	42%	18%	11%	29%
Adviesbureau(s)	22%	20%	10%	9%	6%	18%	11%	12%
Kamer van Koophandel	10%	3%	7%	21%	7%	2%	11%	5%
Sociale media en netwerken	6%	1%	8%	13%	1%	2%	10%	6%
Via internet, te weten	4%	2%	10%	22%	16%	18%	14%	23%
Nog anders, te weten	51%	53%	54%	46%	45%	47%	45%	56%
Weet niet	5%	1%	1%	1%	2%	5%	12%	1%

Bron: EIM, 2011. \* Multiple respons.

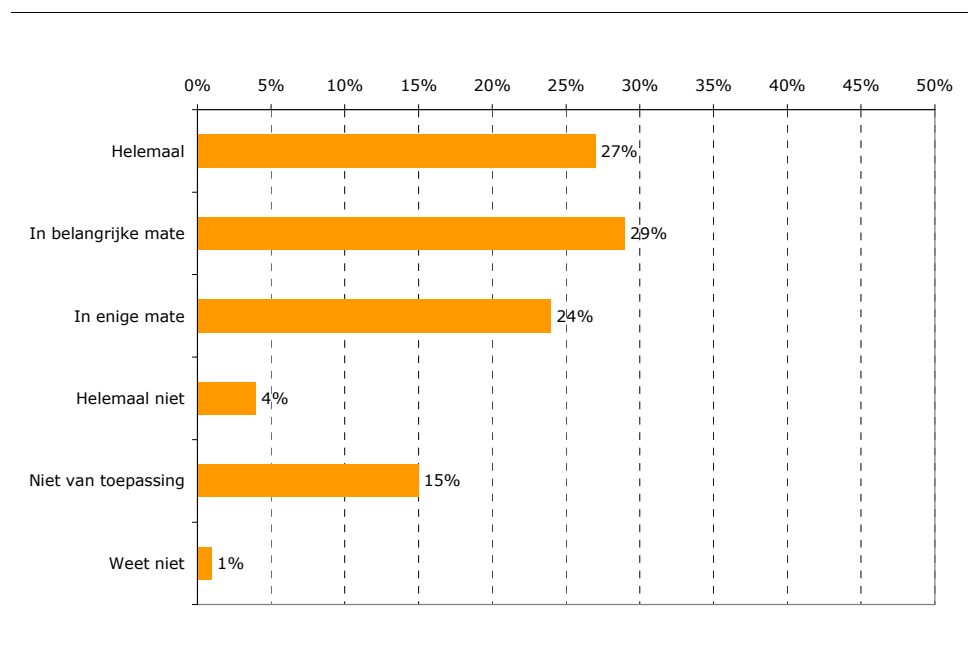
Adviesbureaus en MVO Nederland worden door de middelgrote bedrijven relatief vaker genoemd. De Kamer van Koophandel en het internet worden juist weer vaker gebruikt door de kleinere bedrijven.

### 3.2 Mogelijkheden om te voldoen aan eisen opdrachtgevers

*Meer dan een kwart van het MKB kan al helemaal voldoen aan die eisen*

Iets meer dan een kwart van het MKB zegt op dit moment helemaal in staat te zijn om aan de MVO-eisen van opdrachtgevers te voldoen (figuur 5). Met name ondernemers in de industrie, de financiële sector en de verhuur en zakelijke dienstverlening zijn hier positief over. In de sector *logies en maaltijden* blijft het percentage met 17% van de bedrijven achter bij het gemiddelde. 29% van het MKB is in staat om in belangrijke mate aan de MVO-eisen te voldoen. Van het MKB in de sector *vervoer, opslag en communicatie* geeft 44% aan dit te kunnen.

Figuur 5 In welke mate denkt u dat uw organisatie in staat is om op eigen kracht uw MVO-ambities te realiseren?



Bron: EIM, 2011.

*Ruim driekwart van de middelgrote bedrijven kan helemaal of in belangrijke mate voldoen aan die eisen*

Van de middelgrote bedrijven geeft 77% aan helemaal of in belangrijke mate aan de klanteneisen rond MVO te kunnen voldoen. Er zijn wel enkele sectorverschillen (tabel 14). Behalve dat bepaalde sectoren relatief vaak aangeven dat het niet van toepassing is (financiële sector en in iets mindere mate de handel, de horeca en de overige dienstverlening), blijken vooral de industrie en de zakelijke dienstverlening en in iets mindere mate de transport- en communicatiebedrijven juist erop te vertrouwen dat men aan de klanteisen kan voldoen.

Tabel 14 In welke mate bent u op dit moment in staat om aan de MVO-eisen van uw opdrachtgevers te voldoen?

Organisatie	Industrie	Bouw	Handel en reparatie	Logies en maaltijden	Vervoer, opslag en communicatie	Financiële sector	Verhuur en zakelijke dienstverlening	Overige dienstverlening
Helemaal	39%	29%	20%	17%	22%	36%	39%	22%
In belangrijke mate	31%	31%	27%	29%	44%	14%	27%	31%
In enige mate	19%	23%	32%	25%	22%	14%	16%	27%
Helemaal niet	3%	7%	2%	8%	3%	7%	5%	2%
Niet van toepassing	8%	11%	18%	20%	9%	29%	13%	18%
Weet niet	0%	0%	2%	2%	0%	0%	1%	0%

Bron: EIM, 2011.

### 3.3 Spontaan genoemde ondersteuningsbehoefte MKB

De behoefte van het MKB aan ondersteuning rond MVO is op twee manieren gevraagd. Allereerst is gevraagd naar de ondersteuning die men nodig heeft om de MVO-ambities waar te maken. Het ging hier op een open vraag (dus de spontane ondersteuningsbehoefte). Uiteraard is deze vraag alleen gesteld aan bedrijven die MVO-ambities hebben.

#### *Minstens de helft van het MKB heeft een (beeld van haar) ondersteuningsbehoefte rond MVO*

Aan het MKB is de vraag voorgelegd waaraan zij de komende tijd vooral behoefte hebben om hun MVO-ambities waar te kunnen maken. Hieruit bleek een grote verscheidenheid aan behoeften voort te komen. Bijna een op de vijf bedrijven geeft aan geen behoefte te hebben en nog eens 26% zegt (nog) niet te weten welke behoefte zij precies hebben. De behoeften die het vaakst genoemd worden zijn begeleiding, financiële middelen en informatie (zie tabel 15).

Tabel 15 Waaraan hebben bedrijven vooral behoefte om hun MVO-ambities waar te maken?

<i>Behoefte</i>	<i>Percentage</i>
Behoefte aan begeleiding	6%
Financiële middelen	6%
Informatie	6%
Kennis (verwerving van, scholing etc.)	5%
Tijd (met name de ondernemer zelf)	5%
Overheidssteun (subsidies, wetgeving, beperking administratieve lasten)	4%
Overig	23%
Weet niet	26%
Geen behoefte aan steun	19%

*Bron: EIM, 2011.*

De categorie *overig* bestaat uit een grote diversiteit aan antwoorden, die veelal wel raakvlakken hebben met de andere voorgecodeerde categorieën.

#### *Het bedrijf zelf*

De grootste groep antwoorden in de categorie *overig* duidt op de behoefte aan bedrijfsinterne veranderingen; meer bewustwording bij management en werknemers, en de wil om te veranderen. Ook hebben de ondernemers het over het aanbrengen van meer focus. Kern is echter dat men aangeeft het zelf te moeten doen.

#### *De markt/klant*

Een volgende categorie heeft te maken met de marktontwikkelingen. Hierbij gaat het simpelweg om het rendabel krijgen van verantwoord ondernemen, en de afhankelijkheid die men heeft van de economische omstandigheden, de kostenaspecten, en de relatie met de klant. Oplossingen die worden aangedragen hebben bijvoorbeeld betrekking op communicatie en bewustwording van consument en opdrachtgevers.

#### *Producenten en leveranciers*

Veel antwoorden betreffen de verantwoordelijkheid van de producenten. Ondernemers geven aan betere en milieuvriendelijkere producten te willen inkopen, en meer invloed te willen hebben op het gedrag van ketenpartners. Er wordt gevraagd om meer samenwerking en initiatief vanuit de producenten.

#### *Mankracht*

Een grote groep ondernemers geeft aan gebrek aan voldoende personeel te hebben, of gebrek te hebben aan goed opgeleid personeel dat geschikt is voor het inzetten van MVO-trajecten. Men verwijst hierbij ook naar opleidingen.

### *Technische ondersteuning*

Zaken zoals het milieuvriendelijker kunnen vervoeren van producten, meer energiebesparing (middelen en begeleiding), en een betere infrastructuur komen in deze categorie naar voren.

### *Sector*

Een aantal ondernemers geeft aan meer samenwerking te willen zien in de sector waarin zij actief zijn, zoals sectorbrede afspraken over MVO en milieu.

## 3.4 Onmisbare diensten

De ondernemers is daarnaast gevraagd om aan te geven welke van de genoemde diensten men onmisbaar vindt om de eigen MVO-ambities waar te kunnen maken (tabellen 16, 17 en 18). Verschillende diensten zijn aan de ondernemers voorgelegd en de ondernemers konden aangeven welke diensten wel en welke diensten zij niet onmisbaar vinden. Het ging daarbij om de volgende mogelijke diensten:

- onafhankelijke informatie over MVO;
- tools voor toepassing van MVO;
- training over MVO;
- ervaringen en dilemma's delen met andere ondernemingen;
- de eigen prestaties vergelijken met die van andere ondernemingen;
- een mogelijkheid om vragen over MVO te kunnen stellen.

Tabel 16 Welke vooraf genoemde diensten vinden bedrijven onmisbaar om hun MVO-ambities waar te kunnen maken?

<i>Diensten</i>	<i>Percentage</i>
Mogelijkheid om vragen te kunnen stellen over MVO	78%
Onafhankelijke informatie over MVO	76%
Ervaringen en dilemma's delen met andere ondernemingen	73%
Tools voor het toepassen van MVO	66%
Eigen prestaties kunnen vergelijken met andere ondernemingen	63%
Training over MVO	37%

*Bron: EIM, 2011.*

### *Onafhankelijke informatie over MVO erg belangrijk*

Ruim driekwart van het MKB (met MVO-ambitie!) geeft aan onafhankelijke informatie over MVO onmisbaar te vinden. Met name de bedrijven in de sectoren *handel en reparatie* en de *overige dienstverlening* vinden dit in sterke mate (respectievelijk 80% en 85% van de bedrijven). Het MKB in de sectoren *logies en maaltijden* en *vervoer, opslag en communicatie* vinden dit gemiddeld minder vaak onmisbaar. Bij een verdeling naar grootteklasse valt op dat met name het kleinbedrijf onafhankelijke informatie over MVO vaker onmisbaar vindt.

*Tools voor het toepassen van MVO voor twee derde MKB onmisbaar*

Twee derde van het MKB (met MVO-ambitie!) vindt tools voor het toepassen van MVO onmisbaar. In de sector *overige dienstverlening* is dat zelfs 74%. In de sector *vervoer, opslag en communicatie* vindt minder dan de helft (48%) van de MKB-bedrijven tools onmisbaar. Het microbedrijf blijkt de tools gemiddeld minder vaak een onmisbare dienst te vinden dan het klein- en middenbedrijf.

*Training over MVO minder vaak dan andere diensten onmisbaar*

Gemiddeld is 37% van het MKB van mening dat een training over MVO een onmisbare dienst is voor het realiseren van de eigen MVO-ambities. De MKB-bedrijven in de sector *logies en maaltijden* hebben gemiddeld vaker deze mening (46%) en de MKB-bedrijven in de sector *verhuur en zakelijke dienstverlening* juist minder vaak (29%). Vooral het middenbedrijf in het MKB vindt een training over MVO vaker onmisbaar dan het micro- en kleinbedrijf.

*Ervaringen en dilemma's delen met andere ondernemingen voor bijna driekwart MKB onmisbaar*

Het delen van ervaringen en dilemma's met andere bedrijven vindt 73% van het MKB onmisbaar voor het waarmaken van de eigen MVO-ambities. Vooral de MKB-bedrijven in de sector *logies en maaltijden* blijken deze dienst vaker (78%) onmisbaar te vinden dan gemiddeld. Bedrijven in de financiële sector zijn minder vaak (57%) de mening toegedaan dat deze dienst onmisbaar is. Naar grootteklasse verdeeld, blijken vooral de MKB-bedrijven in het kleinbedrijf het uitwisselen en delen van ervaringen en dilemma's met andere bedrijven relatief vaak (77%) onmisbaar te vinden.

*Eigen prestaties kunnen vergelijken met andere ondernemingen belangrijker naarmate bedrijf groter wordt*

Gemiddeld vindt 63% van de bedrijven in het MKB het vergelijken van de eigen prestaties met die van andere bedrijven een onmisbare dienst om de MVO-ambities te kunnen realiseren. Daarbij noemen de bedrijven in de sectoren *financiële dienstverlening* (52%) en *verhuur en zakelijke dienstverlening* (51%) deze dienst minder vaak onmisbaar. Van de MKB-bedrijven in de sectoren *handel en reparatie, vervoer, opslag en communicatie* en de *overige dienstverlening* vindt telkens 69% het kunnen vergelijken van prestaties onmisbaar. Verder blijkt het percentage toe te nemen naarmate MKB-bedrijven groter zijn.

*Mogelijkheid om vragen te kunnen stellen over MVO vaakst onmisbaar*

Van alle genoemde diensten wordt door het MKB de mogelijkheid om vragen te stellen over MVO het vaakst (78%) onmisbaar gevonden. De dienst om vragen te stellen over MVO wordt relatief vaak (85%) onmisbaar genoemd door MKB-bedrijven in de industrie. MKB-bedrijven in de financiële sector zijn gemiddeld veel minder vaak (68%) deze mening toegedaan.



Tabel 17 Welke genoemde diensten vinden bedrijven onmisbaar om MVO-ambities waar te kunnen maken? Naar sector

<i>Diensten</i>	<i>Industrie</i>	<i>Bouw</i>	<i>Handel en reparatie</i>	<i>Logies en maaltijden</i>	<i>Vervoer, opslag en communicatie</i>	<i>Financiële sector</i>	<i>Verhuur en zakelijke dienstverlening</i>	<i>Overige dienstverlening</i>
Onafhankelijke informatie over MVO	77%	71%	80%	70%	70%	72%	73%	85%
Tools voor het toepassen van MVO	67%	58%	71%	63%	48%	72%	63%	74%
Ervaringen en dilemma's delen met andere ondernemingen	70%	71%	78%	74%	74%	57%	72%	69%
Eigen prestaties kunnen vergelijken met andere ondernemingen	63%	67%	69%	66%	69%	52%	51%	69%
Mogelijkheid om vragen te kunnen stellen over MVO	85%	76%	81%	78%	82%	68%	73%	79%
Trainingen over MVO	39%	37%	39%	46%	33%	33%	29%	40%

Bron: EIM, 2011.

Tabel 18 Welke genoemde diensten vinden bedrijven onmisbaar om MVO-ambities waar te kunnen maken?

<i>Diensten</i>	<i>Microbedrijf</i>	<i>Kleinbedrijf</i>	<i>Middenbedrijf</i>
Onafhankelijke informatie over MVO	76%	77%	72%
Tools voor het toepassen van MVO	65%	70%	70%
Ervaringen en dilemma's delen met andere ondernemingen	73%	77%	70%
Eigen prestaties kunnen vergelijken met andere ondernemingen	62%	67%	68%
Mogelijkheid om vragen te kunnen stellen over MVO	79%	77%	82%
Training over MVO	37%	37%	42%

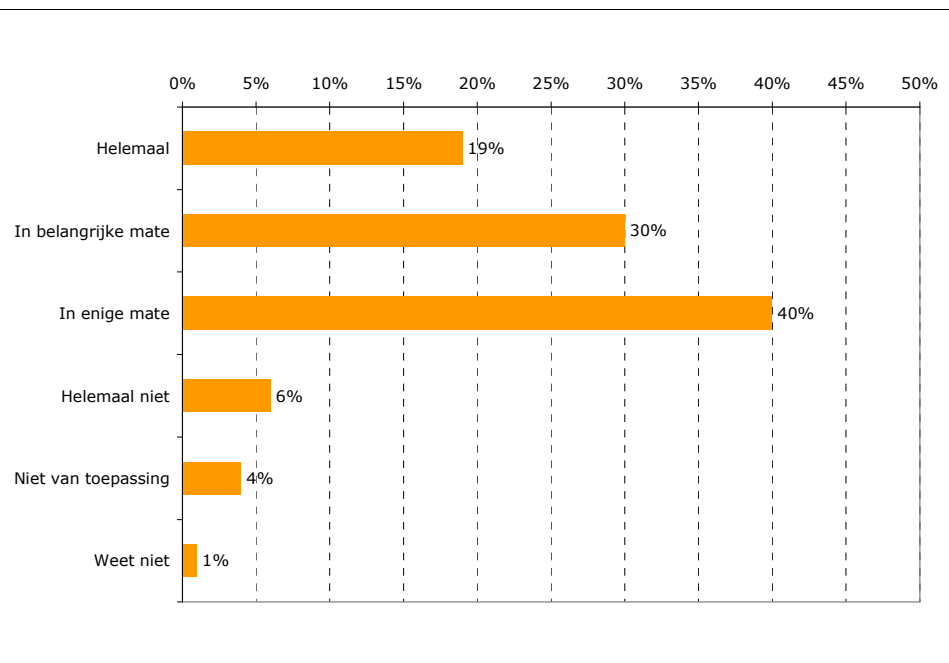
Bron: EIM, 2011 \* EU-definitie grootteklasse, micro (1-9 wp), klein (10-49 wp), midden (50-249 wp).

### 3.5 Op eigen kracht MVO-ambities realiseren

*Bijna helft MKB denkt hun MVO-ambities op eigen kracht te kunnen realiseren*

Aan de MKB-bedrijven met MVO-ambities is de vraag voorgelegd in welke mate men denkt dat de eigen organisatie in staat is om op eigen kracht de eigen MVO-ambities te realiseren (zie figuur 6). Bijna de helft (49%) van het MKB denkt dit helemaal of in belangrijke mate zelf te kunnen. Daarentegen denkt 29% van de bedrijven in de verhuur en zakelijke dienstverlening het helemaal op eigen kracht te kunnen realiseren (zie tabel 19). 40% geeft aan het in enige mate op eigen kracht te kunnen realiseren. Slechts 6% van de bedrijven denkt het helemaal niet op eigen kracht te kunnen realiseren. 70% van de middelgrote bedrijven denkt in staat te zijn om hun ambities (nagenoeg) op eigen kracht te realiseren.

Figuur 6 In welke mate denkt u dat uw organisatie in staat is om op eigen kracht uw MVO-ambities te realiseren?



Bron: EIM, 2011.

In de bouwsector ligt het percentage bedrijven dat aangeeft te denken 'helemaal niet' op eigen kracht de MVO-ambities waar te kunnen maken, het hoogst. 14% van deze bedrijven geeft aan dit helemaal niet zelf te kunnen realiseren. In de sectoren *handel en reparatie* en *logies en maaltijden* laten de meeste MKB-bedrijven ondersteuningskansen zien (vaker dan gemiddeld 'in enige mate').

Tabel 19 In welke mate denkt u dat uw organisatie in staat is om op eigen kracht uw MVO-ambities te realiseren? naar sector

<i>Mate</i>	<i>Industrie</i>	<i>Bouw</i>	<i>Handel en reparatie</i>	<i>Logies en maaltijden</i>	<i>Vervoer, opslag en communicatie</i>	<i>Financiële sector</i>	<i>Verhuur en zakelijke dienstverlening</i>	<i>Overige dienstverlening</i>
Helemaal	22%	8%	16%	18%	10%	21%	29%	22%
In belangrijke mate	32%	33%	29%	21%	42%	14%	32%	31%
In enige mate	40%	35%	47%	52%	36%	43%	31%	36%
Helemaal niet	6%	14%	5%	6%	7%	7%	5%	6%
Niet van toepassing	0%	8%	3%	3%	7%	14%	3%	6%
Weet niet	0%	2%	1%	0%	0%	0%	0%	0%

Bron: EIM, 2011.