

In gesprek met een ondernemer die het certificaat MVO Prestatieladder niveau 1 behaalde

MVO en MVO certificering: de theorie voorbij

‘Bij goed ondernemerschap hoort een goede positionering in de markt, MVO hoort daar bij’. Deze quote is afkomstig van een ondernemer in het midden- en kleinbedrijf die er welbewust voor koos om met het thema maatschappelijk verantwoord ondernemen in zijn dagelijkse bedrijfsvoering aan de slag te gaan. Daar bleef het niet bij, de ondernemer in kwestie liet zich in de opmaat naar MVO-certificering extern begeleiden om niets aan het toeval over te laten. Onlangs zag hij zijn inspanningen vertaald in een succesvol verlopen audit op basis van de MVO Prestatieladder en is hij inmiddels in het bezit van het gelijknamige certificaat.

Door Erik H. van der Graaf, Bureau Veritas Certification

De overwegingen van deze ‘MKB ondernemer’ stellen we in dit artikel centraal, want deze sluiten aan op onderzoek dat eerder werd verricht. De specifieke ontwikkelingen in het vakgebied van de ondernemer in kwestie en de context van de branche waarin hij opereert completeren deze ‘casus’.

Het biedt inzicht in de afwegingen die een ondernemer moet maken in relatie tot voortschrijdende technologie en innovatie enerzijds en de economische realiteit anderzijds. Daarmee wordt dit praktijkvoorbeeld van ‘een op zichzelf staande casus’ tot een praktisch voorbeeld met een veel-er generiek karakter dat feitelijk op alle vormen van ondernemerschap en bedrijfsactiviteit van toepassing is.

MVO en het midden- en kleinbedrijf

Uit de voortdurende stroom van berichtgeving over MVO in uiteenlopende media en de initiatieven die op dit gebied zijn en worden ontplooid, mogen we inmiddels met zekerheid concluderen dat maatschappelijk verantwoord ondernemen een diepgewortelde trend is in de maatschappij, bij

de overheid en in het bedrijfsleven.

Werd aanvankelijk nog verondersteld dat MVO zich tot het exclusieve domein zou ontwikkelen van grote (en voornamelijk) internationaal opererende bedrijven, dan toont de realiteit wel aan dat niets minder waar is. De resultaten van diverse onderzoeken — ondermeer uitgevoerd in 2008 en 2009 — gaven al duidelijke indicaties dat deze veronderstelling op drijfzand was gebouwd.

Research van onderzoekorganisatie EIM in het MKB bracht al aan het licht dat MVO ook in dit segment in het middelpunt van de belangstelling staat; dit in weerwil van de economische omstandigheden waarin we ons bevinden. Eigen onderzoek door certificatie instelling Bureau Veritas bevestigde deze bevindingen. Een nadrukkelijke meerderheid van MKB-bedrijven die actief deelnamen aan een enquête gaf te kennen niet alleen regelmatig in aanraking te komen met het fenomeen MVO, maar ook te overwegen er concrete invulling aan te geven. Belangrijker nog dan deze feedback was het gegeven dat dezelfde ondernemers voldoende mate van zakelijke

relevantie zagen tussen MVO en hun eigen toekomstplannen en bedrijfsactiviteiten.

De ondernemer en zijn bedrijf

Op het risico af een zeer oude wijsheid aan te halen die al sinds mensenheugenis verworden is tot een cliché, is regeren — en daarmee ondernemen — een kwestie van vooruit kijken. Voordat we in dit artikel via een ‘vraag en antwoord’ format met de ondernemer van ‘onze’ casus rechtstreeks in gesprek gaan, overlopen we eerst de belangrijkste feiten van zijn bedrijf tegen de achtergrond van ontwikkelingen in techniek en voortdurend veranderende (markt) behoefte.

Magneet Communicatie in Schiedam werd in 1932 opgericht als boekdrukkerij en uitgeverij. Het bedrijf ging aan het begin van de jaren zeventig over van vader op zoon en in 2002 nam de kleinzoon als derde generatie het roer over. In een tijdspanne van enkele decennia werd de onderneming geconfronteerd met tal van technologische innovaties binnen haar ‘core business’. Mede als gevolg van deze technische ontwikkelingen ontstonden in rap tempo



Mathieu Levens, directeur van Magneet Communicatie, met het MVO Certificaat.

nieuwe mogelijkheden en dito behoeften bij opdrachtgevers.

Los van deze voornamelijk externe factoren werd de grafische branche waarin Magneet Communicatie oorspronkelijk opereerde ook nadrukkelijk geconfronteerd met belangrijke verschuivingen binnen de sector. Fusies en schaalvergroting waren in de afgelopen jaren daarbij de voornaamste trend. Recentelijk wordt de sector getroffen door een neerwaartse spiraal die — los van het economische klimaat van de laatste jaren — met name wordt veroorzaakt door een verandering van behoefte. De intrede

van digitaal georiënteerde media is hiervoor verantwoordelijk en zet de afname aan traditioneel gedrukte media ernstig onder druk.

Mede door deze ontwikkeling is innovatie in bedrijfsvoering en dienstverlening het sleutelwoord voor iedere ondernemer in deze branche.

Als gevolg van deze ontwikkelingen zag 'derde generatie ondernemer' en huidig directeur-eigenaar Mathieu Levens zich al geruime tijd geleden genoodzaakt het roer om te gooien. Inspelend op de bovenge-

noemde trends zette hij binnen zijn bedrijf een veranderingsproces in gang, waarbij hij een ontwikkeling voor ogen had van een traditioneel grafische onderneming naar de rol van een allround dienstverlener op het vlak van bedrijfscommunicatie.

Anno 2011 is Magneet Communicatie nog steeds in staat om zeer uiteenlopend drukwerk in eigen beheer te produceren, maar verschuift de focus steeds meer naar advisering, projectbegeleiding en procesbeheer ten behoeve van opdrachtgevers. Samen met het vermogen om invulling te kunnen geven aan creatieve vormgeving positioneert het bedrijf zich als zakelijke 'alleskunner' vanuit een van oorsprong grafische basis. Tot zover de situatieschets die noodzakelijk is om de 'mindset' van de ondernemer in deze MVO-casus te kunnen plaatsen.

MVO in de praktijk

In relatie tot zijn zopas behaalde certificering volgens de MVO Prestatieladder — Magneet Communicatie ontving op 21 december het certificaat voor de norm MVO Prestatieladder op niveau 1 – gingen we met ondernemer Mathieu Levens in gesprek.

Erik van der Graaf: Wat was de belangrijkste reden om met MVO aan de slag te gaan en te kiezen voor certificering volgens de MVO Prestatieladder?

Mathieu Levens: 'Net als ieder ander hoor en zie ik het nodige in de markt over MVO. Eerst en vooral word ik gedreven door goed ondernemerschap in de meest brede zin van het woord. In mijn beleving omvat dat een goede positionering in de markt en MVO hoort daar bij. Met roepen dat je MVO belangrijk vindt en dat je er in je bedrijf mee bezig bent kom je er naar mijn mening niet want dat is makkelijk. Het krijgt pas echt waarde als je je claim dat je MVO zo belangrijk vindt door een onafhankelijke, externe partij kritisch laat beoordelen op basis van een herkenbare norm. Zodoende lag certificering volgens de MVO Prestatieladder voor mij voor de hand.'

Erik van der Graaf: Waren er nog andere overwegingen?

Mathieu Levens: 'Eigenlijk niet. Tenminste niet in mijn geval. Natuurlijk wil ik me graag

in positieve zin onderscheiden en in die zin draagt deze certificering daar zeker toe bij. Voor het moment word ik nog niet dagelijks geconfronteerd met opdrachtgevers die het aspect MVO van me eisen om me opdrachten te gunnen, maar dat zal wellicht nog veranderen en daar wil ik op voorbereid zijn.'

Erik van der Graaf: Hoe zit het met die positionering in bredere zin?

Mathieu Levens: 'Onderscheidend vermogen en positieve profilering is natuurlijk altijd een goede zaak. Vertrouwen is enorm belangrijk. Als ondernemer kan ik niet zonder het vertrouwen dat mijn klanten me schenken. Los van het centraal stellen van je klanten in alles wat je doet en het bieden van constante kwaliteit is dat een zeer belangrijke factor. Ik ben ervan overtuigd dat het steeds belangrijker wordt om te laten zien dat je ergens voor staat als ondernemer. Door MVO te bedrijven laat je zien dat dat zo is en dat het najagen van resultaat alleen niet telt.'

Erik van der Graaf: Levert het actief bezig zijn met MVO ook iets op, los van een veronderstelde verbetering van het bedrijfsimago?

Mathieu Levens: 'Laat ik duidelijk zijn. Als ondernemer ben ik uiteraard dagelijks bezig met resultaat; opbrengsten tegenover kosten. De voorbereidingen en het certificatietraject zijn een investering, het onderhouden en uitbouwen natuurlijk ook. Daar staat tegenover dat de methodiek van de MVO Prestatieladder mij een praktisch raamwerk biedt. Het systeem geeft me de mogelijkheid om doelen te stellen met betrekking tot zeer alledaagse zaken binnen mijn bedrijf. Behalve controleren kan ik me ook gaan richten op het doorvoeren van verbeteringen. Het valt of staat natuurlijk wel met wat je zelf uit de methodiek haalt of wilt halen.'

Erik van der Graaf: Kunt u daar nog iets concreter op ingaan?

Mathieu Levens: 'Laat ik het zo zeggen. De MVO Prestatieladder staat in het teken van de bekende 3 'P's: People, Planet en Profit. Ik heb daar voor mezelf nog een vierde 'P' aan toegevoegd: de 'P' van Passie. Zoals ik al eerder aangaf is het vrij



Magneet Communicatie ontwikkelde zich van een traditioneel grafische onderneming naar de rol van een allround dienstverlener op het vlak van bedrijfscommunicatie.

gemakkelijk om met de mond te belijden dat je MVO belangrijk vindt of ermee bezig bent. Om met het begrip goed bezig te zijn en het voor jou en je bedrijf te laten renderen moet je het ook echt willen 'beetpakken' en het beleven, samen met je medewerkers. Dat is nog iets anders als ervoor zorgen dat je aan de norm voldoet tijdens een audit. Als je het op deze manier beleeft, dan haal je er het maximale uit en zul je zien dat het je bijvoorbeeld ook besparingen oplevert omdat je veel bewuster omgaat met zaken die je normaliter eigenlijk als vanzelfsprekend aanneemt. Daar wil ik nog wel aan toevoegen dat als je als ondernemer uitsluitend bezig bent met het besparen van kosten, je geen toekomst aan het opbouwen bent.'

Erik van der Graaf: Hoe lastig is het om te voldoen aan de eisen van de MVO Prestatieladder?

Mathieu Levens: 'Dat hangt nauw samen met wat ik zojuist heb gezegd. Er zijn uiteraard specifieke eisen en criteria waaraan je moet voldoen. Los van de uitstekende

(externe) begeleiding die ik heb gekregen kan ik stellen dat we al met heel veel dingen bezig waren die direct of indirect inhaken op MVO en de eisen van de MVO Prestatieladder. In de praktijk liepen we wel nadrukkelijk aan tegen het gegeven dat we weliswaar al een hoop zaken min of meer voor elkaar hadden binnen de gestelde MVO context, maar dat de vastlegging ervan nog moest worden geregeld. Door de van nature korte lijnen sta je daar niet altijd bij stil. Terugkijkend op het hele traject was het goed te overzien, dat neemt niet weg dat een gedegen voorbereiding en begeleiding noodzakelijk was.'

Erik van der Graaf: Waar ligt de toekomst van uw bedrijf en in welke mate speelt MVO hierin een rol van betekenis?

Mathieu Levens: 'Ik ben dagelijks bezig met de toekomst van mijn bedrijf. Voor mijn klanten wil ik een klankbord zijn voor het aanscherpen en het helpen bijstellen van hun visie in de vorm van communicatieadvies en in die volgorde. Al het andere, het uitwerken en concreet vormgeven van hun communicatiestrategie vloeit daaruit voort, evenals het adviseren van de wijze waarop dat kan worden ingevuld en uitgevoerd. Het leveren van toegevoegde waarde aan mijn klanten is en blijft centraal staan. De meerwaarde van de dienstverlening die mij voor ogen staat en maatschappelijk verantwoord ondernemen wil ik zoveel mogelijk in elkaar laten overlopen en combineren. Het MVO traject speelt hierin een prominente rol, het vormt een leidraad voor mezelf en mijn medewerkers. Voortdurend op zoek gaan naar verbetering maakt daar



Het team van Magneet Communications toont vol trots het MVO certificaat.

onderdeel van uit, temeer ook omdat ik streef naar een verdieping van MVO op een hoger niveau.’

De beleving van de externe adviseur

Tot slot van deze ‘casus’ rondom MVO en certificering volgens de MVO Prestatieladder laten we ook de externe adviseur aan het woord die — naast de certificatie instelling — een belangrijke rol vervulde in de totstandkoming van de door Magneet Communicatie met succes nagestreefde certificering.

Wouter van Bommel (Provison): ‘MVO blijkt voor veel MKB ondernemers een “black box” te zijn. Ze gaan nogal eens gebukt onder “standaard veronderstellingen”. Voorbeelden te over: natuurlijk wil niemand dat er kinderarbeid wordt verricht bij één van zijn of haar (indirecte) toeleveranciers. Ook wil niemand geassocieerd worden met het lozen van gif op het oppervlaktewater om maar een ander voorbeeld te noemen. De grote vraag is wat de gemiddelde

ondernemer heeft aan dit soort van (algemene) open deuren’.

Ondernemers willen kunnen laten zien dat ze op de een of andere wijze actief bezig zijn met MVO. Certificering volgens de MVO Prestatieladder biedt hierin uitkomst. Het geeft handvaten om met concrete onderwerpen aan de slag te gaan en door middel van certificering objectief aantoonbaar te maken dat je “goed bezig” bent. Belangrijk is te beseffen dat een “papieren tijger” niet bepaald noodzakelijk is; concrete acties en verankering in de dagelijkse bedrijfsvoering des te meer.

MVO-certificering richt zich dan ook met name op het beoordelen van typische ‘doe acties’. Daarbij is het voor ondernemers en aspirant MVO-gecertificeerde bedrijven van belang te beseffen dat MVO niet bestaat uit een eenzijdige benadering van bijvoorbeeld milieu- of personeelsaspecten voor succesvol ondernemen vanuit een MVO-optiek. In de praktijk geldt voor MVO het gegeven “meten is weten”; een gegeven dat ook

werd toegepast in de voorbereidingen voor certificering bij Magneet Communicatie. Het in kaart brengen van de hoeveelheid verpakkingsmateriaal die wordt gebruikt en hoe dit verbeterd c.q. verminderd kan worden is een willekeurig voorbeeld. Energie- en brandstofverbruik is een ander voorbeeld. Een doordachte planning van de bezorging van bestellingen bij klanten draagt niet alleen bij aan de “profit” kant, maar raakt ook tegelijkertijd het aspect “planet”. Zoals gezegd is “profit” of het nastreven van bedrijfsdoelstellingen een belangrijke invalshoek. Het gaat om het vinden van de balans tussen het nastreven van pure “hard core” doelstellingen – zoals bedrijfsresultaat – en specifieke kernaspecten vanuit het spectrum van MVO op een concrete en “down to earth” wijze. De rode draad is het streven naar voortdurende verbetering; een gegeven dat iedere ondernemer die werkt aan zijn toekomst moet herkennen.’ **Q**

Meer informatie over MVO en de MVO Prestatieladder vindt u onder andere op de website www.mvoprestatieladder.nl.