

MVO Nederland

Jaaroverzicht 2011

Datum: 23 juni 2012

Inhoudsopgave

1. Over MVO Nederland	5
2. Managementsamenvatting jaaroverzicht	6
3. Jaarthema's	8
4. Publieke voorlichtingsfunctie	9
4.1 <i>Brancheprogramma</i>	9
4.1.1 Sectorprogramma Handel & Dienstverlening	11
4.1.2 Sectorprogramma Food & Agribusiness	11
4.1.3 Sectorprogramma Bouw en Industrie	12
4.1.4 Sectorprogramma Chemie	13
4.2 <i>Ontwikkeling van publieke MVO kennis</i>	14
4.2.1 Kennisontwikkeling	14
4.2.2 MVO-Informatiepunt	15
4.2.3 Communicatie over MVO	16
4.3 <i>Financiële doelstellingen en resultaten</i>	20
5. MVO Netwerken	21
5.1 <i>MVO Netwerk Beton</i>	21
5.2 <i>MVO Netwerk Zorg</i>	21
6. Programma's en projecten	23
6.1 <i>Alle activiteiten die onder projecten vallen</i>	23
6.1.1 Materiaalketenproject	23
6.1.2 Arbeidsparticipatie: 'Meer Werkplekken bij Werkgevers'	23
6.1.3 Nationaal Stimuleringsprogramma MBO	25
6.1.4 MVO en waardebeoordeling bij bedrijfsovername	26
6.1.5 MVO-wegwijzer ISO 26000	27
6.1.6 Duurzaam leveren aan de overheid	27
6.1.7 Programma Communicatie OESO-richtlijnen	28
6.1.8 Programma Ontwikkelingslanden	29
6.1.9 Internationaal Brancheprogramma / Opkomende markten	30
6.2 <i>Financiële doelstellingen en resultaten</i>	32
7. Partners en producten	34
7.1 <i>Het partnerschap</i>	34
7.2 <i>Partnernetwerken</i>	35
7.2.1 Het Grote Bedrijven Netwerk	35
7.2.2 Koploperprogramma	36
7.3 <i>De MVO Nederland Academie</i>	37
7.3.1 Open aanbod	37
7.3.2 Maatwerkopdrachten	38
7.4 <i>Financiële doelstellingen en resultaten</i>	39
8. Interne organisatie	40
8.1 <i>Organisatiestructuur</i>	40
8.2 <i>Bedrijfsvoering</i>	41
8.2.1 Personeel	41
8.2.2 Kernwaarden en communicatie	42
8.2.3 Office	43
8.2.4 ICT	43
8.2.5 Financiële administratie	43

9. Financiën	44
10. Vooruitblik 2012	45
11. Over dit verslag	47
12. Bijlagen	47
Bijlage I: Visie MVO Nederland op People	48
Bijlage II: People Programma: publicaties, lezingen en workshops	52
Bijlage III: Overzicht van voortgang in branches	53
Bijlage IV: MVO dynamiek in brancheverenigingen	55
Bijlage V: Overzicht nieuwe webdossiers.....	92
Bijlage VI: PR-resultaten	93
Bijlage VII: Overzicht van bijeenkomsten	100
Bijlage VIII: Partnermanifest in de Zorgsector	101
Bijlage IX: Programma Communicatie OESO-richtlijnen	102
Bijlage X: Initiatieven Programma Ontwikkelingslanden en Internationaal Brancheprogramma.....	105
Bijlage XI: Het Partnermanifest.....	109
Bijlage XII: Partnerrapportage	110
Bijlage XIII: Bestuursleden en Programmaraad	114

1. Over MVO Nederland

MVO Nederland is de nationale kennis- en netwerkorganisatie die ondernemers inspireert en stimuleert om maatschappelijk verantwoord te ondernemen.

MVO Nederland agendeert maatschappelijke thema's en maakt ondernemers bewust van hun verantwoordelijkheden en mogelijkheden deze thema's te vertalen in concrete bedrijfsactiviteiten. MVO Nederland verzamelt kennis over de volle breedte van MVO en stelt die vervolgens via allerlei kanalen en media ter beschikking van bedrijven en andere geïnteresseerden.

Bedrijvennetwerk

MVO Nederland bouwt aan een dynamisch en snelgroeiend bedrijvennetwerk, zowel beginners, gevorderden als koplopers en zowel MKB als het grootbedrijf zijn bij dit netwerk aangesloten. MVO Nederland laat hen de marktkansen van MVO zien, faciliteert onderlinge samenwerking en geeft praktische informatie om concreet met MVO aan de slag te gaan.

Onafhankelijk platform

Binnen het netwerk van de onafhankelijke stichting MVO Nederland werken brancheorganisaties, bedrijven, NGO's, kennisinstellingen, en overheden samen om MVO direct te vertalen naar marktkansen en verantwoordelijkheden in de branche, de regio en de keten. Zo bereikt MVO Nederland nu meer dan 200.000 ondernemers.

Bedrijfsprocessen

MVO Nederland inspireert en motiveert ondernemers om met MVO aan de slag te gaan. Op zo'n manier dat People, Planet en Profit centraal staan in alle bedrijfsprocessen en ondernemersbeslissingen. Van inkoop tot sales, van productie tot personeelsbeleid. MVO Nederland geeft ondernemers praktische tips, laat goede voorbeelden zien en verwijst door naar handige contacten.

2. Managementsamenvatting jaaroverzicht

Voortgaande groei voor MVO en MVO Nederland in 2011

‘MVO een vanzelfsprekende zaak bij het hele Nederlandse bedrijfsleven’. Dat is de missie van MVO Nederland. Vanuit die missie was ‘Continuïteit en innovatie’ het motto voor ons jaarplan 2011. Dat motto hebben wij in het afgelopen jaar meer dan waar gemaakt. De continuïteit van onze organisatie werd versterkt door een aanhoudende groei van het aantal bedrijven dat zich bij onze kennis- en netwerkorganisatie aansloot. Daarnaast stemde het kabinet in met ons nieuwe meerjarenbeleidsplan 2012-2015 dat in 2011 onder het motto ‘Met MVO naar een sterke economie en een weerbare samenleving’ gereed kwam. In dat kader werd met het kabinet overeengekomen dat de meerjarensubsidie die MVO Nederland tot en met 2012 ontvangt wordt beëindigd en voor de jaren 2013 en 2014 wordt omgezet in twee projectsubsidies. Met deze projectsubsidies kunnen wij onze publieke kennis- en aanjaagfunctie - zij het op een aangepaste schaal en onder andere condities - voortzetten.

Groei

Het jaar 2011 werd gekenmerkt door een flinke groei van onze activiteiten. Het aantal aangesloten partners steeg met gemiddeld ruim 40 bedrijven per maand van 1.333 naar 1.814. Het aantal aangesloten brancheorganisaties steeg van 31 naar 55. Deze organisaties vertegenwoordigen gezamenlijk 200.000 bedrijven. Het aantal fte dat bij MVO Nederland werkzaam was nam toe van 36 naar 48.

Bij een licht dalende basissubsidie bleven de projectinkomsten ongeveer gelijk en stegen de inkomsten van partners. Een belangrijk en groeiend deel van onze partnerinkomsten is afkomstig van de 57 grote bedrijven die voor een contributie van 7.000 euro per jaar lid zijn van ons Grote Bedrijven Netwerk. Per saldo stegen onze totale inkomsten (exclusief bestede subsidies voorgaande jaren) van 3,8 miljoen naar 4 miljoen euro. Deze groei is een weerslag van een gestage voortzetting van door de overheid gefinancierde projecten en de aanhoudende belangstelling bij bedrijven voor MVO. De slechte economische omstandigheden hebben hierop eerder een stimulerend effect dan dat zij een remmende factor zijn.

In 2011 hebben wij onze activiteiten op het gebied van publieke voorlichting over MVO verder uitgebreid door de publicatie van tal van nieuwe kennisdossiers en praktische tips op onze website. Ook nam het aantal brancheorganisaties dat wij met MVO-kennis ondersteunen toe en verzorgden wij aanzienlijk meer nieuwsbrieven, inleidingen en andere algemene voorlichtingsactiviteiten. Het aantal bezoeken aan onze website steeg met ruim 20 procent naar 350.000 op jaarbasis.

Belangrijke thema's

Internationaal MVO en ketenverantwoordelijkheid waren in 2011 belangrijke thema's. Over deze onderwerpen geven we langs diverse kanalen en via verschillende projecten voorlichting aan bedrijven. Daarbij gaat het zowel om duurzaam inkopen door de overheid als om ketenverantwoordelijkheid van bedrijven. Gezamenlijk met VNO-NCW, MKB-Nederland, NEVI en De Groene Zaak brachten wij aan het Ministerie van Infrastructuur en Milieu een advies uit over het duurzaam inkoopbeleid van de overheid. Voorts namen wij deel aan de SER-commissie Internationaal MVO waar ketenverantwoordelijkheid het centrale thema is.

In 2011 besteedden wij ook veel aandacht aan mensgericht ondernemen. Op basis van een met koploperbedrijven opgestelde beleidsvisie over de P van People hebben wij via publicaties, trainingen en lezingen bedrijven en branches geactiveerd de factor mens in het bedrijf hoger op de agenda te zetten. Speerpuntthema's waren daarbij het nieuwe werken en arbeidsparticipatie van mensen met een beperking. Belangrijke projecten waren voorts de voorlichting over de vernieuwde OESO-richtlijnen, het project Grensverleggers waarmee we de kennis en bewustwording bij zaken doen in en met ontwikkelingslanden stimuleren, het project MVO in de food- en agrisector, het begeleiden van een Green Deal voor de betonsector en de activering en professionalisering op het gebied van maatschappelijk betrokken ondernemen (MBO). Voorts traden wij toe tot de zogenaamde koepel Green Deal die het kabinet afsloot met de centrale ondernemingsorganisaties onder leiding van VNO-NCW en met de milieubeweging onder leiding van Stichting Natuur & Milieu. Het doel van deze nieuwe kabinetsaanpak is de verduurzaming in Nederland te versnellen door het particuliere initiatief te stimuleren.

Partners

Voor onze partners is in 2011 een verdere uitbreiding van onze dienstverlening voorbereid, gecombineerd met een tariefsverhoging voor het partnerschap. Deze aanpassingen zijn inmiddels per 1 april 2012 ingegaan. Ook de voorbereiding van de introductie van de MVO Nederland Academie per 1 januari 2012 kreeg in 2011 veel aandacht. De MVO Nederland Academie is een privaat gefinancierde activiteit waarmee wij de kennis en de professionaliteit op het gebied van MVO willen bevorderen.

Medewerkers

In 2011 werd voor de tweede keer onder medewerkers het zogenaamde Investors in People onderzoek gehouden. Uit dit onderzoek naar de mate waarin het personeelsbeleid aansluit op zowel organisatiedoelen als de medewerkerstevredenheid bleek dat medewerkers *overall* zeer tevreden zijn over MVO Nederland als werkgever. De scores lagen over een breed front hoger dan in 2009, toen het onderzoek voor het eerst werd gehouden. In 2011 werd gezien de groei van onze organisatie een personeelsvertegenwoordiging (PVT) ingesteld. Met de PVT wordt periodiek overlegd over personeelsaangelegenheden en andere zaken die voor de medewerkers van belang zijn. Aan het begin van het jaar verhuisden wij vanwege onze groei en de groei van IDH van het pand van de Kamer van Koophandel in Utrecht naar een nabijgelegen kantoor aan de Nieuwekade 9. Daarmee stapten wij ook over op het concept van het nieuwe werken. Het nieuwe werken geeft medewerkers meer flexibiliteit in de plaats en het tijdstip waarop zij werken en leidt tot een meer optimale ruimtebenutting.

Financiën

Op financieel gebied zijn er in de opstelling van onze cijfers een paar wijzigingen aangebracht. IDH werd verzelfstandigd en verdween daarmee uit onze boeken. Expliciet dan voorheen zijn de inkomsten en uitgaven verantwoord over de drie onderdelen van onze organisatie: basis, projecten en partners. Voorts is ervoor gekozen om nog niet bestede subsidiegelden niet meer te verantwoorden onder de algemene reserve maar als bestedingsverplichting op de balans te vermelden. Er was sprake van een groeiend aantal activiteiten, waarvoor wij zowel publieke financiering als private middelen aantrokken. Het jaar 2011 eindigde inclusief onttrekkingen aan de hiervoor genoemde bestedingsverplichting en een toevoeging aan de continuïteitsreserve met een kleine plus.

3. Jaarthema's

In 2011 stonden bij MVO Nederland ketenverantwoordelijkheid / internationaal maatschappelijk verantwoordelijk ondernemen, en mensgericht ondernemen (de P van People) ventraal in de activiteiten. Voorts werd onze kennisfunctie op het gebied van biodiversiteit en grondstoffenschaarste uitgebreid. Over alle vier de onderwerpen werd een dossier op de website gepubliceerd. Via diverse communicatie-uitingen, zoals de corporate nieuwsbrief en in artikelen in de media, is daarnaar verwezen.

Het thema mensgericht ondernemen kreeg in 2011 in het bijzonder de aandacht; nadat in 2010 de visie van MVO Nederland op het People-thema is ontwikkeld (zie *bijlage I*), werden vorig jaar initiatieven ontplooid op het gebied van slimmer samenwerken, het nieuwe werken, arbeidsparticipatie, MBO en internationale arbeidsrechten. Zo konden tijdens de Open Summer Office partners gedurende drie weken in de ontvangstruimte van MVO Nederland aanschuiven om ervaring op te doen met het nieuwe werken. Tijdens de Co-worker tour in de week van Het Nieuwe Werken van 7 tot en met 13 november 2011 draaiden we de rollen om. Acht medewerkers van MVO Nederland werkten minimaal een halve dag bij een aantal van onze partners, zoals Conclusion, Gispén, The Hub en ook het ministerie van EL&I. De opgedane ervaringen deelden we op het blog, <http://blog.mvonederland.nl/tag/hnw/>. In 2011 zijn acht artikelen over mensgericht ondernemen verschenen in diverse tijdschriften en dagbladen. Op twintig bijeenkomsten, seminars en congressen zijn workshops en lezingen gegeven aan ondernemers, managers en HR-professionals over de People-agenda van MVO (zie *bijlage II*).

4. Publieke voorlichtingsfunctie

Met ingang van 2013 wordt de publieke voorlichtingsfunctie van MVO Nederland niet langer bekostigd door een door de overheid verstrekte zogenaamde basisfinanciering, maar door twee projectsubsidies, die zijn gekoppeld aan het 'MVO-informatiepunt' en het Brancheprogramma. Vooruitlopend op de nieuwe situatie van 2013 zijn in dit hoofdstuk alle activiteiten gebundeld die een algemene bewustwordings- en kennisvergrotingsdoelstelling hebben.

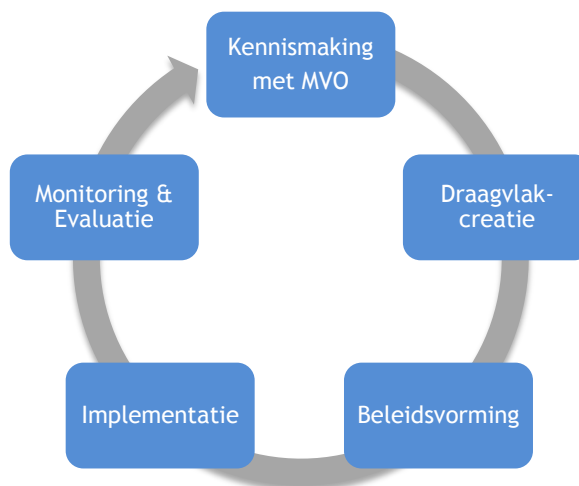
Na een toelichting op het Brancheprogramma, waar diverse sectorprogramma's onder vallen, wordt ingegaan op de algemene bekendheid van het onderwerp maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) en de manieren waarop je daar als ondernemer mee aan de slag kunt. Daar draagt MVO Nederland aan bij door de ontwikkeling van betrouwbare en actuele informatie, het geven van presentaties en het aangaan van de dialoog met de doelgroep.

4.1 Brancheprogramma

In het Brancheprogramma worden brancheverenigingen en andere ondernemersorganisaties ondersteund bij het opzetten en uitvoeren van MVO-beleid. Hiermee worden bedrijven die aangesloten zijn bij deze organisaties structureel en sectorspecifiek bewust gemaakt van het belang en de kansen van MVO. Onder begeleiding van de sectorspecialisten van MVO Nederland doorlopen de brancheorganisaties de MVO-beleidscyclus (zie *figuur 4.1*).

De sectormanagers hebben veelvuldig contact met de deelnemende brancheverenigingen.

Jaarlijks wordt tijdens een voortgangsgesprek met iedere vereniging bekeken wat de belangrijkste MVO-ontwikkelingen zijn in de branche, waarna afspraken worden gemaakt voor het realiseren van concrete MVO-gerelateerde activiteiten.



Figuur 4-1 MVO-beleidscyclus

Een ontwikkeling naar een meer gedifferentieerd Brancheprogramma is in 2011 ingezet. Het oorspronkelijke programma richtte zich op bewustwording rond MVO (de fases kennismaking en draagvlakcreatie in *figuur 4.1*). Inmiddels zijn er vele fasen van ontwikkeling rond MVO in branches te onderscheiden (zie *tabel 4-1*). Dit vertaalt zich in het Brancheprogramma naar - bijvoorbeeld - MVO Expeditie Beleidsplannen (waarin een groep verenigingen gezamenlijk komt tot het formuleren van MVO-beleid voor de eigen branche) en een MVO Expeditie in de Food & Agri over ISO 26000.

In 2011 heeft het Brancheprogramma onder andere het volgende bereikt:

- 25 nieuwe leden, waardoor het totaal komt op 55 brancheverenigingen (de ambitie: 50 leden)
- In *bijlage III* is een overzicht opgenomen dat de fase van de brancheverenigingen binnen de MVO-beleidscyclus in kaart brengt.
- Sectorspecifieke communicatie heeft plaatsgevonden door middel van 115 artikelen in vakbladen en algemene media.
- De bijeenkomst 'MVO Expeditie Beleidsplannen' heeft bijgedragen aan bewustwording bij vijftien brancheverenigingen op het gebied van MVO.
- Er zijn drie intervisiebijeenkomsten georganiseerd, waarbij brancheverenigingen intersectoraal leerden over MVO.
- Er zijn vier nieuwsbrieven uitgebracht voor deelnemende brancheverenigingen.

Tabel 4-1 geeft een overzicht van de fase binnen de MVO-beleidscyclus (eind 2011) van de 55 brancheverenigingen waar MVO Nederland mee samenwerkt. *Bijlage III* geeft hier een uitgebreid overzicht van. Wanneer een plus genoteerd is geeft dit aan de betreffende branchevereniging zich dat onderdeel in de beleidscyclus heeft eigen gemaakt. Bij een min is dit nog niet het geval. Bij een plus/min is dit gedeeltelijk het geval. Helaas is een vergelijking met voorgaande jaren niet mogelijk wegens gebrek aan eerdere gegevens.

	Kennismaking MVO	Draagvlak- creatie	Beleids- vorming	Implementatie	Monitoring / evaluatie
aantal +	35	22	16	8	0
aantal +/-	16	26	22	27	7
aantal -	0	3	13	16	44
aantal onbekend	5	5	5	5	5

Tabel 4-1 Overzicht van aantal brancheverenigingen per fase van de MVO-beleidscyclus.

Partnerontwikkeling in het Brancheprogramma

Bijlage IV MVO-dynamiek bij brancheverenigingen geeft een overzicht van alle brancheverenigingen en de vele activiteiten die in 2011 zijn gerealiseerd. Een verklaring van de hieronder gebruikte afkortingen is daarin opgenomen. Aan de vijftigste partner van het Brancheprogramma, Transport & Logistiek Nederland (TLN), werd middels een persbericht extra aandacht besteed. Andere bijzondere toetreders waren FME-CWM en het Hoofd Bedrijfschap Detailhandel (HBD). Dankzij de meer dan 120.000 bij het HBD aangesloten detailhandelaren is daardoor het totale bereik van het Brancheprogramma gegroeid tot ruim boven de 200.000 ondernemers. Alle deelnemers aan het Brancheprogramma die partner waren zijn dit gebleven. Nieuwe partners in 2011, naast de drie bovengenoemde, zijn Dibevo, NeVaP, DPA, COV, Gebra, VGA, DBN, VMRG, Keurslagers, Nat. Coöperatieve Raad voor land- & tuinbouw, NVLG, VHG, Rai Vereniging, Kringloopbedrijven, EFSA, Office World, VGM NL, Fenedex, Vakcentrum Levensmiddelen, BFBN, CBM en Cedris.

Intervisiebijeenkomsten

De intervisiebijeenkomsten zijn in 2011 voortgezet. Deze intervisiebijeenkomsten bieden de mogelijkheid om concrete ervaringen te delen en vormen een platform om gezamenlijke standpunten over MVO te formuleren. Deelnemers waarderen de intervisiebijeenkomsten gemiddeld met een ruime zeven en tonen grote bereidheid om kennis uit te wisselen met andere brancheorganisaties. In 2011 werd in het bijzonder aandacht besteed aan mensenrechten, duurzaam inkopen 2.0, arbeidsmarktontwikkeling & sociale innovatie.

4.1.1 Sectorprogramma Handel & Dienstverlening

De sector Handel en Dienstverlening is een brede sector met daarin onder andere de brancheverenigingen in het transport, de financiële dienstverlening, de schoonmaakbranche en mode en kleding. Ook de (detail)handel valt hieronder, zoals verkopers van huishoudelijke, promotionele en kantoorartikelen, dierenwinkels en hondentrimsalons. In 2011 hebben veertien nieuwe brancheverenigingen zich aangesloten bij dit sectorprogramma van MVO Nederland.

Activiteiten en resultaten

Enkele in het oog springende activiteiten van 2011 zijn:

- In de mode en kleding is een intensievere samenwerking ontstaan tussen het grootwinkelbedrijf (VGT), de detailhandel (CBW-Mitex), de groothandel en de productie (Modint). Gezamenlijk worden grootschalige *issues*, zoals verbeteringen in ketenverantwoordelijkheid en transparantie aangepakt. Bovendien wordt de communicatie over MVO-activiteiten binnen de branche op een hoger plan getrokken.
- De NBA, de beroepsvereniging voor accountants, is een project gestart om MKB-accountants meer bewust te maken van wat MVO inhoudt en hen te leren het onderwerp bespreekbaar te maken bij hun MKB-klanten. De accountant neemt zo een meer adviserende rol in richting de MKB-ondernemer.
- In 2011 is de eerste MVO Expeditie Beleidsplannen voor brancheorganisaties gestart. Aan deze expeditie neemt een vijftiental brancheorganisaties deel met als doel tot een eigen MVO-beleidsplan te komen. Daartoe komen deze verenigingen gedurende een jaar regelmatig bij elkaar en leren ze met en van elkaar over te nemen stappen.
- Door middel van verschillende interviews en rondetafelgesprekken voor (digitale) magazines waaronder Dibevo, NBA Zakenzine en het Ondernemersbelang en diverse presentaties is bekendheid gegeven aan de resultaten van het programma. MVO Nederland was als jurylid bij de TLN ondernemersprijs over MVO vertegenwoordigd.

4.1.2 Sectorprogramma Food & Agribusiness

Het sectorprogramma Food & Agribusiness startte eind 2009 en wordt gefinancierd door het ministerie van EL&I (DG Agro). 2011 was een jaar van flinke groei en verdieping in bestaande netwerken en toename aan projecten.

Activiteiten en resultaten

Inmiddels zijn circa twintig Food & Agri branche- en ondernemersorganisaties betrokken bij het Brancheprogramma. In 2011 traden de volgende deelnemers toe: COV, DBN, DPA, KNS, NAJK, NCR, Het Vakcentrum en de Vereniging van Keurslagers. Door strategische samenwerking met branche- en ondernemersorganisaties bereikt MVO Nederland circa 15.000 ondernemers in de Food & Agribusiness. In 2011 sloten uit deze sector onder andere Sara Lee, Cosun (waaronder Suiker Unie, Aviko, Sensus en SVZ), Rabobank en de A-Ware Food Group zich aan bij het Grote Bedrijven Netwerk (GBN, zie hoofdstuk 6.2). Een vijftal andere grote bedrijven in de sector werden proeflid van het GBN.

Naast de reguliere activiteiten binnen dit netwerk werd met partners uit de sector op diverse manieren samengewerkt. Enkele voorbeelden van activiteiten met en voor brancheverenigingen zijn:

- In samenwerking met VBZ organiseerde MVO Nederland een vierdaagse MVO-training, die werd gevolgd door tien bedrijven uit de bakkerij- en zoetwarenindustrie. De training werd goed beoordeeld en wordt herhaald in 2012.
- COV, NCR en de Vereniging van Keurslagers namen deel aan de 'MVO Expeditie Beleidsplannen' voor brancheorganisaties en legden daarmee een solide basis voor een MVO-beleid in hun organisatie.
- Participatie in de adviescommissie voor het MVO-programma van de Vereniging van Keurslagers.
- Participatie in de werkgroep MVO-wijzer van de VHG.
- Participatie in de Social Interference Group II van het Centre for BioSystems Genomics (CBSG).
- Diverse presentaties en workshops tijdens congressen en bijeenkomsten van onder andere Duurzame Boomkwekers Nederland, Stichting Boer & Natuur en het CBSG
- Een vijftal interviews in vakbladen (onder andere in P+, de Snackkoerier en VMT Magazine)

Diverse projecten werden geïnitieerd om MVO te bevorderen in de Food & Agribusiness:

- Brainstorm Duurzame Vleesproductie. Doel van de goedbezochte bijeenkomst was de leidende slagerijformules en de brancheorganisatie van de sector te informeren over mogelijke toepassingen van innovatieve eiwitproducten en om in ketenverband verdere verduurzaming van het productaanbod van de slagerijspecialzaak te verkennen (met specifiek aandacht voor het vermarkten van innovatieve eiwitproducten). Deelnemende slagerijorganisaties beschouwden de bijeenkomst als informatief, maar geven het thema innovatieve eiwitten (voorlopig) nog geen prioriteit in het duurzaamheidsbeleid. Bij gebleken interesse van de marktpartijen wordt de bijeenkomst opgevolgd in 2012.
- Organisatie van een focusgroep, eenmalige kleinschalige bijeenkomst met een bijdrage van een expert, genaamd 'Eerlijk van eigen bodem' (zie 6.2). Met als centrale vraag: Hoe blijft het voor boeren en tuinders in Nederland financieel haalbaar en wordt het aantrekkelijk om de productie verder te verduurzamen?
- Ontwikkeling MVO Quickscan voor de Food & Agribusiness in samenwerking met het LEI. Lancering: voorjaar 2012.
- Update website www.mvoindeagribusiness.nl en verdere uitbouw met nieuwe MVO-praktijkvoorbeelden van ondernemers.
- MVO Expeditie Food & Agribusiness. Twaalf (MKB-)bedrijven werken aan de implementatie van MVO in de bedrijfsvoering volgens ISO 26000. Werving van de deelnemers (onder andere The Greenery en CONO Kaasmakers) vond plaats in 2011. De expeditie start in februari 2012.
- Voorbereidingen voor het programma Voedselzekerheid met focus op MKB bedrijfsleven in de Food & Agribusiness.

4.1.3 Sectorprogramma Bouw en Industrie

In de sector Bouw & Industrie hebben zich in 2012 zeven nieuwe brancheorganisaties aangesloten bij het brancheprogramma: FME-CWM, Vastgoedmanagement Nederland, NeVaP, NVLG (grootkeukenapparatuur), CBM (meubelindustrie en interieurbouwers), BFBN Betonproducten en de Vereniging Metalen Ramen en Gevels. Bovendien is in samenwerking met een aantal verenigingen het initiatief genomen om te komen tot een programma met het verduurzamen van de betonketen als doelstelling (zie hoofdstuk 4.1).

Activiteiten en resultaten

Naast de reguliere activiteiten binnen het netwerk, geeft het overzicht hieronder een beeld van een aantal specifieke ontwikkelingen in 2011:

- Workshops en themamiddagen om MVO onder de aandacht te brengen: UNETO-VNI organiseerde een drietal workshops waarbij het thema MVO gekoppeld werd aan concrete mogelijkheden voor innovatie. Er zijn ook presentaties gegeven voor leden van CBM, NLingenieurs, Aannemersfederatie en VIB (isolatiebranche) over MVO.
- Veel brancheorganisaties zijn bezig met introduceren en het verbeteren van meetinstrumenten zoals duurzaamheidsscans en keurmerken om MVO-prestaties van hun leden zichtbaar te maken. Voorbeelden zijn UNETO-VNI, VOBN, Metaalunie en FME.
- VGM heeft een aangescherpte gedragscode gelanceerd, waarin maatschappelijk verantwoord en integer ondernemen als rode draad terugkomt.
- Het initiatief voor het MVO Netwerk Beton is ontstaan met VOBN als eerste deelnemer. In 2012 sloten zich BRBS Recycling, BFBN, Cascase en het Cement- en Betoncentrum aan (zie paragraaf 4.1 voor meer informatie).
- FME en CBM communiceerden over MVO door middel van een themaspecial van hun verenigingsblad.
- Door middel van verschillende interviews en een rondetafelgesprek voor magazines, waaronder P+, BFBN B:ton en een bijlage over Safety en Security van VEON voor de Telegraaf, is bekendheid gegeven aan MVO in de bouw en industrie.
- Met CBM is gesproken over deelname aan een project voor verduurzaming van de lederketen. Met IPK is overlegd over gezamenlijke workshops en verduurzaming van papier- en kartonketen. Met Kartoflex heeft een kennismakingsgesprek plaatsgevonden en is een bijdrage aan een MVO-workshop door MVO Nederland besproken.
- NLingenieurs en CBM tekenden het manifest met MVO Nederland tijdens een ledenvergadering.
- UNETO-VNI is met het onderwerp sociale innovatie aan de slag gegaan

4.1.4 Sectorprogramma Chemie

In het najaar van 2011 is MVO Nederland gestart met een verkenning van de ontwikkelingen en behoeften in de chemische en aanverwante industrie. Er is onder andere contact gelegd met bedrijven en relevante stakeholders, waaronder de brancheverenigingen van kunststof en rubber (NRK), verf (VVF), de chemie (VNCI), cosmetica (NCV) en farmacie (Nefarma).

NRK is reeds partner van MVO Nederland. Eind 2011 heeft een gesprek plaatsgevonden over de bijdrage die MVO Nederland in 2012 kan leveren aan de follow-up van de masterclasses over duurzaam ondernemen die NRK in 2011 en begin 2012 heeft georganiseerd voor haar leden.

Met de VVF is eind 2011 gesproken over hun behoefte aan meer samenwerking in de keten rondom duurzaam onderhoud van vastgoed in infrastructuur en de toepassing van het denken in levenscycli daarbij. MVO Nederland heeft deelgenomen aan een eerste oriënterend overleg van VVF over duurzaam onderhoud met andere relevante brancheverenigingen in de keten, waaronder FOSAG (ondernemersorganisatie voor de schilders-, onderhouds-, metaalconserverings- en glasbranche), AEDES (woningcorporaties) en NVTB (timmerfabrikanten).

In 2011 is de directeur van MVO Nederland lid geworden van de bestuursadviesraad

van de VNCI. Deze adviesraad denkt mee over actuele (duurzaamheids)vraagstukken binnen de chemische sector. Uit de bredere verkenning die is uitgevoerd komt naar voren dat de volgende thema's actueel zijn: biobased economy, transparantie, veiligheid, people-aspecten waaronder sociale innovatie en biodiversiteit. Voorts is MVO Nederland vertegenwoordigd in de jury van de Responsible Care Prijs voor de chemische sector.

NCV (brancheorganisatie van fabrikanten en importeurs van cosmetica) deelt sinds 2011 uitgebreide informatie over MVO op haar website. De organisatie maakt gebruik van de content van www.mvonederland.nl en woont soms bijeenkomsten van MVO Nederland bij. Nefarma houdt zich voornamelijk bezig met het bijstaan op juridisch en beleidsmatig gebied van bedrijven die medicijnen op de Nederlandse markt introduceren. Zowel NCV als Nefarma hebben hoofdzakelijk te maken met buitenlandse bedrijven, waardoor zij hun invloed op het MVO-beleid van deze bedrijven gering achten.

Projecten en producten

Eind 2011 is MVO Nederland gesprekken gestart met het ministerie van EL&I over sociale innovatie in relatie tot het topsectorenbeleid en de *human capital* agenda daarbinnen. In dat kader werkt MVO Nederland in samenwerking met TNO en Syntens aan een projectvoorstel voor een beleidsexperiment sociale innovatie in de topsectoren. Het betreft het starten van cross-sectorale leernetwerken met circa dertig bedrijven uit de topsectoren. Het doel is dat ieder deelnemend bedrijf concreet aan de slag gaat met een specifiek vraagstuk over sociale innovatie en dat de resultaten en leerervaringen onder andere via de brancheverenigingen actief verspreid worden. Indien het projectvoorstel begin 2012 wordt gehonoreerd, zal het beleidsexperiment vóór de zomer van 2012 starten.

4.2 Ontwikkeling van publieke MVO kennis

Vanuit de publieke kennisfunctie ontwikkelt MVO Nederland kennis en visie over MVO-gerelateerde onderwerpen. Deze kennis wordt vertaald voor verschillende doelgroepen: ondernemers, media en brancheverenigingen.

4.2.1 Kennisontwikkeling

In 2011 ontwikkelde MVO Nederland de volgende dossiers:

Tendrapport & stand van zaken MVO: In 2011 bracht MVO Nederland een MVO tendrapport uit. In dit rapport worden de tien MVO-trends voor 2012 beschreven. Het rapport is overwegend positief ontvangen en tientallen keren genoemd in online media en in diverse vakbladen. Daarnaast trok het de aandacht van BNR Nieuwsradio. Inmiddels is het rapport ruim 3.500 keer bekeken en zijn er vanwege de interne en externe vraag naar een *hard copy* 500 exemplaren in print uitgebracht.

ISO 26000: De door MVO Nederland opgebouwde kennis en expertise rond ISO 26000 heeft in 2011 zijn vruchten afgeworpen. Het webdossier over ISO 26000 is het best bezochte trends- en ontwikkelingsdossier op de website van MVO Nederland; het is in het laatste half jaar van 2011 5.288 keer bezocht. MVO Nederland heeft plaatsgenomen in de normcommissie ISO 26000 en heeft in die hoedanigheid meegewerkt aan de Nederlandse vertaling van ISO 26000 en de doorontwikkeling van deze richtlijn in praktische tools.

Plan van aanpak MVO: Om tegemoet te komen aan de vele vragen die MVO Nederland krijgt over MVO-beleid en -implementatie is eind 2011 een stappenplan ontwikkeld dat de ondernemer ondersteunt bij de beleidsmatige aanpak en implementatie van MVO. In 2012 wordt dit Plan van Aanpak omgezet in een online stappenplan en start de communicatie hierover.

Draagvlak voor MVO: In 2011 is een kennisdossier ontwikkeld over draagvlakcreatie voor MVO. Dit dossier is de basis voor het eind 2011 verschenen webdossier, waarmee MVO Nederland inspeelt op de veelvoorkomende vraag van ondernemers die aanlopen tegen draagvlakproblemen wanneer ze MVO willen integreren in hun bedrijfsvoering. In 2012 wordt een communicatieplan geschreven om meer aandacht voor dit onderwerp te creëren.

Overige kennis- en visieontwikkeling: De ontwikkelde kennis over de verschillende MVO-onderwerpen, (zie *bijlage V voor een compleet overzicht*), vormde de basis voor diverse communicatie-uitingen zoals webdossiers. Daarnaast onderhoudt MVO Nederland een interne up-to-date kennisdatabase die geraadpleegd kan worden ten behoeve van presentaties en contacten met de pers.

4.2.2 MVO-Informatiepunt

Het MVO-Informatiepunt beantwoordt alle inhoudelijke vragen die aan MVO Nederland worden gesteld en de inhoudelijk getinte vragen van partners. In 2011 zijn er 3.625 algemene vragen, verzoeken en opmerkingen bij het informatiepunt binnengekomen. Dit is een stijging ten opzichte van 2010, toen er ongeveer 3.000 vragen werden gesteld.

Responstijd

Doelstelling van het informatiepunt is alle vragen binnen maximaal drie werkdagen te beantwoorden. In 2011 is dit bij 97 procent van de vragen gelukt, een stijging van 7 procent t.o.v. 2010. Het aantal vragen dat binnen één werkdag is beantwoord ligt voor 2011 op ruim 60 procent.

Wie stellen de vragen?

In 2011 hebben 641 bedrijven contact met ons gezocht, dit komt overeen met 57 procent van alle vragers. 14 procent van de vragen kwam van studenten. Op de derde plaats staan non-profit organisaties met 11 procent. De bedrijfstakken die het meest contact hebben gezocht zijn de zakelijke dienstverlening (31 procent), maatschappelijke organisaties (ongeveer 13 procent) en overheid en onderwijs (8 procent), gevolgd door industrie, bouw en groothandel. Het aandeel vragen afkomstig van partners over dit jaar was 22 procent, iets hoger dan in 2010 (15 procent). Dit betekent dat een groot deel van de vragenstellers nog geen partner was. Zij werden actief benaderd met informatie over het partnerschap. Het is helaas nog niet mogelijk te analyseren hoeveel nieuwe partners dit in 2011 heeft opgeleverd.

Wat willen de vragenstellers weten?

Een derde van de vragen kwam voort uit een behoefte aan kennis (voorbeelden: 'Hoe begin ik met MVO?', 'Wat is de meest duurzame drinkbeker?', 'Welke keurmerken zijn er?'), 15 procent van de vragen had betrekking op (informatie op) onze website. Verder gaat 10 procent van het totale aantal vragen over een mogelijke samenwerkingsvorm met MVO Nederland en 9 procent houdt verband met profilering via onze website of anderszins. De achtergrond van de vraag had

voor zo'n 62 procent van de gevallen te maken met algemene MVO-onderwerpen (zowel op macroniveau als binnen het eigen bedrijf) gevolgd door vragen over normen en keurmerken (ongeveer 6 procent). Daarna kwamen de onderwerpen MBO, duurzaam inkopen en energie en klimaat het meest aan bod.

Beoordeling van het MVO-Informatiepunt

Het MVO-Informatiepunt heeft in 2011 twee keer een NPS-meting¹ uitgezet, in september en in november, met een totaal van 89 respondenten. De gemiddelde NPS-aanbevelingsintentie op de hoofdvraag 'Zou u het MVO-Informatiepunt aanbevelen?' gerekend over beide enquêtes is 7,9. Tabel 4-2 laat de deelaspecten van de beoordeling zien.

Deelaspecten	Score
De informatie die u hebt gekregen	7,8
Het niveau/diepgang van het antwoord	7,3
De praktische toepasbaarheid van het antwoord	7,6
Het taalgebruik in het antwoord	7,9
De snelheid van antwoorden	7,9
De klantvriendelijkheid van het Informatiepunt MVO	8,2

Tabel 4-2 Deelaspecten van beoordeling MVO-informatiepunt

4.2.3 Communicatie over MVO

Doelstellingen

De belangrijkste communicatiedoelstelling van MVO Nederland is het blijvend onder de aandacht brengen van maatschappelijk verantwoord ondernemen bij haar doelgroepen en het versterken van de reputatie van MVO Nederland als dé inspirerende en onafhankelijke kennis- en netwerkorganisatie op het gebied van MVO.

Onder het motto 'Van bewustwording naar actie' werden deze hoofddoelstellingen in 2011 onderverdeeld in de volgende subdoelstellingen:

- Via de eigen kanalen (zoals de website en bijeenkomsten) en die van de partners van MVO Nederland tenminste 200.000 bedrijven met regelmaat bereiken. (bereik)
- Een nulmeting doen om de naamsbekendheid van MVO Nederland te meten door mee doen aan het MKB-beleidspanel van onderzoeksorganisatie EIM. (kennis)
- Meer dan de helft van de partners herkent MVO Nederland als een verbindende en ontwikkelende organisatie. (houding)
- Circa 3 procent van het bedrijfsleven met MVO-ambitie noemt tijdens het EIM-onderzoek van maart 2012 MVO Nederland als antwoord op de vraag 'Bij welke organisatie heeft u informatie ingewonnen over maatschappelijk verantwoord ondernemen? (gedrag)

¹ NPS staat voor Net Promotor Score die op een schaal van 0 tot 10 de mate aangeeft waarin een gebruiker een product of dienst zou aanbevelen bij anderen.

Doelgroepen

MVO Nederland onderscheidt de volgende zes communicatiedoelgroepen:

- Bedrijfsleven
- Overheid & Politiek (intermediaire doelgroep om doelgroep 1 te bereiken)
- Pers (intermediaire doelgroep om doelgroep 1 te bereiken)
- Brancheverenigingen (intermediaire doelgroep om doelgroep 1 te bereiken)
- Medewerkers (interne doelgroep)
- Bestuur en Programmaraad (interne doelgroep)

Op de interne communicatiedoelstelling wordt ingegaan in paragraaf 7.2.2.

Strategie

Om de genoemde doelstellingen te behalen, maakt MVO Nederland gebruik van onderstaande strategie:

Richting het bedrijfsleven:

- MVO neerzetten als business case; MVO loont!
- Uitbouw online database met in de praktijk toepasbare kennis, tools en praktijkvoorbeelden
- Naar voren schuiven van best practices van koplopers waarin de early majority zich kan herkennen

Richting alle externe doelgroepen:

- MVO Nederland presenteren als een gezaghebbende organisatie die kennis vergaart en ontsluit over MVO in de breedte
- Werken met jaarthema's (zie hoofdstuk 2)
- (Media)partnerschappen sluiten met derden

Activiteiten en resultaten

Via onder meer vaste columns van de hand van directeur Willem Lageweg in publicaties als P+, Pepper en Berichten Buitenland werd exposure en impact in de media bereikt. Daarnaast verschenen stukken van zijn hand met enige regelmaat in het Financieele Dagblad en in een brede waaier aan branchepublicaties en bedrijfsbladen. Daarmee is het daadwerkelijke bereik van MVO Nederland een veelvoud van het publiek dat MVO Nederland via de eigen kanalen bedient. *Bijlage VI* geeft een uitgebreid overzicht van de PR-resultaten en het bereik van MVO Nederland.

De website www.mvonderland.nl

In 2011 is de website ruim 350.000 keer bezocht. Dat is een toename van ruim 20 procent ten opzichte van 2010. Het aantal unieke bezoekers is nog iets meer gestegen en kwam in 2011 uit op 221.534 bezoekers. Het aantal bezochte webpagina's steeg met bijna 10 procent in 2011 en was net iets minder dan de beoogde 1,5 miljoen (1.412.839). In *bijlage VI* wordt uitgelegd hoe de ontwikkeling van het aantal page views zich omgekeerd evenredig verhoudt tot de toename van de inzet van social media en het stijgende aantal abonnees op de corporate nieuwsbrief. In 2011 werd www.mvonderland.nl verrijkt met vijftien webdossiers (zie *bijlage V voor de onderwerpen*) en 42 praktijkvoorbeelden.

De nieuwsbrief

In 2011 is, met uitzondering van de zomermaanden, iedere twee weken een algemene nieuwsbrief verstuurd. Het aantal abonnees op de nieuwsbrief is in 2011 gestegen met 27 procent. Eind 2011 ontvingen 6.245 mensen de nieuwsbrief. Naast de algemene nieuwsbrief verstuurde MVO Nederland een aantal sector- of doelgroepgerichte nieuwsbrieven, onder andere naar brancheorganisaties en ten behoeve van het MBO-programma, de nieuwjaarsmeeting, de koploperbijeenkomsten en andere eigen evenementen.

Media

MVO Nederland werkt met diverse media samen. In *bijlage VI* is een uitgebreid overzicht te vinden van de effecten van de PR-inspanningen op vermeldingen in de Nederlandse dagbladen, in tijdschriften, op de radio, online en op social media. MVO Nederland maakt gebruik van verschillende social media, zoals Twitter, Facebook en LinkedIn. Eind 2011 bereikte MVO Nederland 5.873 volgers op Twitter. Dat is 2,5 keer zo veel als het jaar ervoor. Daarnaast had directeur Willem Lageweg nog eens ruim 2.000 volgers op zijn persoonlijk account en zijn er diverse andere actieve twitteraars onder de medewerkers van MVO Nederland. In tabel 4-3 is een overzicht van de meest in het oog springende media-resultaten van het afgelopen jaar opgenomen.

Medium	Bijdrage MVO Nederland
P+ (frequentie: 6 x per jaar, oplage: 25.000)	In elke editie bepaalt MVO Nederland in overleg met de redactie de content van twee pagina's, waaronder een column van Willem Lageweg. Een abonnement op P+ maakt deel uit van het partnerschap.
Pepper (frequentie: oplage: 7.500)	Iedere editie bevatte een column van de directeur van MVO Nederland en drie praktijkvoorbeelden uit het netwerk van MVO Nederland. MVO Nederland leverde in 2011 bovendien vijf boekreviews. Eind 2011 kwam Pepper voor het laatst in print uit.
Berichten Buitenland (uitgave van het ministerie van EL&I)	Met regelmaat schreef de directeur van MVO Nederland columns voor dit medium.
Haber (maandelijk uitkomende krant voor Turkse ondernemers)	Elke editie bevat een column van de hand van de directeur van MVO Nederland.
Ondernemer in Business (een online initiatief van MT MediaGroep)	MVO Nederland stelde in 2011 content over MVO beschikbaar en maakte de afspraak actief naar elkaars sites te verwijzen.
Het Financieele Dagblad	Naar aanleiding van het Future Leaders Event wijdde deze krant een 32 pagina tellende special aan het onderwerp.
Trouw	De directeur van MVO Nederland stond op nummer 35 van De Duurzame 100 (2010: nummer 28).
De Groene Telegraaf	De directeur van MVO Nederland trad in 2011 toe tot de Raad van Advies van de Groene Telegraaf.

Tabel 4-3 opvallende media resultaten 2011

Evenementen en presentaties

In 2011 heeft MVO Nederland ruim twintig activiteiten, evenementen en bijeenkomsten voor partners georganiseerd, variërend in grootte van enkele tot honderden deelnemers. In totaal kwamen daar circa 1.200 mensen op af. Voorbeelden zijn de Meet & Greet bijeenkomsten voor nieuwe partners, workshops, masterclasses en lezingen. Over deze bijeenkomsten kunt u meer lezen in hoofdstukken 5 en 6. Op 31 mei 2011 organiseerden MVO Nederland en Nyenrode Business Universiteit voor de tweede keer de Henk van Luijk lezing. Die werd deze keer verzorgd door Herman Wijffels. Hij stond stil bij de ethische principes en economische prestaties in de financiële sector. De lezing trok circa 200 bezoekers.

Bijlage VII geeft een overzicht van de ruim 60 bijeenkomsten van derden, waar MVO Nederland in 2011 een bijdrage aan leverde, veelal in de vorm van het geven van presentaties of het begeleiden van workshops.

Totale bereik

De PR-resultaten van MVO Nederland laten een stijgend bereik zien van MVO Nederland, zowel bij haar primaire doelgroep, het bedrijfsleven, als bij de intermediaire doelgroepen. Met name het door VNO-NCW, MKB Nederland, MVO Nederland, NEVI en De Groene Zaak aan staatssecretaris Atsma uitgebrachte verbeteradvies voor het duurzaam inkoopbeleid van de overheid, de door MVO Nederland tijdens haar Nieuwjaarsevent gepresenteerde MVO-trends en -ontwikkelingen en het project Grensverleggers kregen veel aandacht in de media. In *bijlage VI* is een inschatting opgenomen van het totale bereik van MVO Nederland, dat de doelstelling van 200.000 ondernemers ruimschoots overstijgt.

Naamsbekendheid

In april 2012 is aan ondernemers met behoefte aan MVO-informatie tijdens een EIM-onderzoek de vraag gesteld waar zij die informatie zouden gaan halen. 19 procent van de respondenten gaf aan daarvoor te rade te gaan bij brancheverenigingen, 12 procent zou op internet gaan zoeken, 10 procent zou zich wenden tot de Kamer van Koophandel, 6 procent tot het eigen netwerk, 1,5 procent tot MVO Nederland. Uit deze nulmeting naar de naamsbekendheid van MVO Nederland blijkt dat er op dit gebied nog een flinke uitdaging voor MVO Nederland ligt, ook al komen ondernemers die MVO Nederland niet kennen via brancheverenigingen en internet ook bij MVO Nederland terecht. Hiervoor wordt in 2012 een strategie opgezet.

Imago

Uit de peiling onder 195 partners van MVO Nederland van eind 2011 blijkt dat 58 procent onze organisatie ziet als verbindend en 41 procent als ontwikkelend. Daarmee is de doelstelling dat meer dan de helft van onze partners MVO Nederland als verbindend herkent gehaald. Naar verwachting zal men ons sinds de introductie van de MVO Nederland Academie in toenemende mate als ontwikkelend gaan zien. In de peiling van 2012 worden de imagokenmerken inspirerend en impactvol aan het onderzoek toegevoegd

4.3 Financiële doelstellingen en resultaten

Onder de publieke kennisfunctie van MVO Nederland vallen het Brancheprogramma (zie hoofdstuk 3.1) en delen van de afdelingen Communicatie en Kennis en Leren (zie hoofdstuk 3.2). De financiële doelstelling voor 2011 was om ten behoeve van de publieke kennisfunctie 395.000 euro in te teren op de nog te besteden basissubsidie van voorgaande jaren. In werkelijkheid is er in 2011 212.453 euro vanuit deze bestemmingsreservering besteed. Het verschil is met name te verklaren door de doorbelasting in 2011 van de volledige overheadlast (conform de tariefstelling) aan de gesubsidieerde programma's en projecten (zie hoofdstuk 6).

5. MVO Netwerken

Het leren over MVO vindt steeds vaker plaats in netwerkvorm. In 2011 is de basis gelegd voor een tweetal privaat-publiek gefinancierde netwerken: het MVO Netwerk Beton en het MVO Netwerk Zorg. Daarnaast omvatte MVO Nederland in 2011 een tweetal netwerken die zich niet op een specifieke sector richten. In hoofdstuk 7 kunt u meer lezen over deze twee netwerken; het Grote Bedrijven Netwerk en het Koplopernetwerk.

5.1 MVO Netwerk Beton

In 2010 bleek tijdens het materiaalketenproject dat de belangstelling van organisaties in de betonketen voor verduurzaming en verbetering van ketensamenwerking zo groot is dat in 2011 het 'Programma Verduurzaming Betonketen' is gestart. Dit leidde tot een Green Deal. De VOBN was de eerste bij het project betrokken (branche)organisatie. Verder zijn BFBN, BRBS Recycling, Cascade (zand en grind) en het Cement- en Betoncentrum aangehaakt. Ook nemen koploperbedrijven, het ministerie van I&M, Rijkswaterstaat, AgentschapNL en de Betonvereniging deel. Inmiddels zijn zo'n 29 bedrijven en organisaties betrokken. Het doel is om met elkaar te komen tot een breed gedragen en onafhankelijke definitie van duurzaam beton. Het netwerk beoogt het opleveren van de volgende producten en diensten: een MVO-platform, een strategie, een WIKI/website en communicatie. MVO Nederland zorgt voor de realisatie hiervan. Er zijn werkgroepen opgezet die duurzaamheidsdoelstellingen uitwerken op de gebieden emissies, energie, grondstoffen/sluiten van kringlopen en biodiversiteit/ecosystemen. Bijzonder aan dit netwerk is dat uiteenlopende, soms met elkaar concurrerende, organisaties van verschillende grootte uit de hele keten met elkaar aan verduurzaming willen werken en kennis willen delen.

5.2 MVO Netwerk Zorg

De zorgsector heeft het moeilijk. De sector heeft te kampen met minder overheidsmiddelen, een groeiende krapte van arbeidsaanbod, een vergrijzende samenleving en kostenstijging en tegelijkertijd een sterk groeiende vraag. Reden voor MVO Nederland om, in samenwerking met NIGZ, ZonMW en MPZ, te onderzoeken wat de rol van MVO kan zijn bij het verminderen van de vele knelpunten. Tijdens een bijeenkomst in januari 2011 met bedrijven uit het GBN, die in de zorg actief zijn, is een plan van aanpak besproken en geoptimaliseerd. Als eerste stap is de opdracht gegeven om een viertal deelonderzoeken naar MVO in de zorg uit te laten voeren. De uitkomsten leidden in het laatste kwartaal tot een onderzoeksrapport met daarin de 'schetsen voor een routekaart naar Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen in de Zorgsector'.

Het rapport laat zien dat de begrippen gezondheid en duurzaamheid naadloos op elkaar aansluiten. Enerzijds toont het rapport dat er verspreid over Nederland *best practices* zijn in de zorg die het voortouw nemen op het gebied van MVO. Anderzijds geeft het grote kansen aan voor de toekomst om de drie thema's mensen, milieu en bedrijfsvoering (People, Planet, Prosperity) te verduurzamen door:

- De ecologische footprint van de zorg drastisch te verkleinen,
- De zorg als de meest aantrekkelijke werkgever te positioneren in de nabije toekomst
- Kwaliteit van leven van de patiënt te verbeteren.

Om uiteindelijk te komen tot een verschuiving van het paradigma van ziekte en zorg naar gezondheid en gedrag.

In oktober is een Ronde Tafel Conferentie georganiseerd, waar vertegenwoordigers op het hoogste niveau uit de meeste stakeholdergroepen binnen de sector aanwezig waren. Naast veel nieuwe verbindingen heeft deze conferentie een MVO Manifest (*zie bijlage VIII*) voor de Zorg opgeleverd, alsmede commitment voor de start van een MVO Platform Zorg. Eind 2011 hadden al meer dan veertig organisaties het Manifest ondertekend.

6. Programma's en projecten

De programma's en projecten die MVO Nederland in 2011 uitvoerde, waren grotendeels meerjarenprogramma's die ook al in 2010 en daarvoor liepen.

Hieronder vallen het Materiaalketenproject (2010-2011), Programma Arbeidsparticipatie (2010-2012), MBO-programma (2009-2012), , Ontwikkelingslandenprogramma (2009-2012), OESO-voorlichting (2007-2013) en het Internationaal brancheprogramma (2009-2012). Doordat de meeste projecten inmiddels meerdere jaren lopen is de nodige ervaring opgedaan en kunnen er lessen worden getrokken: wat werkte wel en wat niet? De lessen die we leren, passen we toe in de vervolgvorstellen die we in 2012 formuleren.

In 2011 zijn nieuwe projecten van start gegaan, zoals het Waardebepalingsproject en het project 'Duurzaam leveren aan de overheid'. Het laatste project kwam langzaam op gang omdat MVO Nederland eerst gevraagd is samen met andere partijen advies aan de staatssecretaris uit te brengen over het duurzaam inkoopbeleid van de overheid. Dit advies is positief ontvangen door bedrijfsleven, politiek en overheid. In 3.3.6 is hier meer informatie over te vinden.

6.1 Alle activiteiten die onder projecten vallen

6.1.1 *Materiaalketenproject*

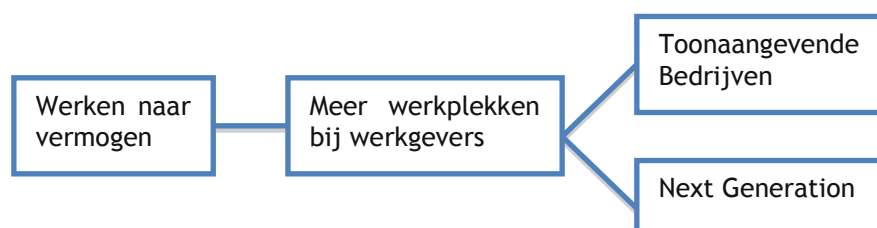
Huidige en toekomstige schaarste van grondstoffen is een *hot issue* dat steeds meer ondernemers raakt en zal raken. Om ervoor te zorgen dat producenten blijven beschikken over de grondstoffen die zij voor hun producten nodig hebben, is het belangrijk de productieketens zo veel mogelijk sluitend te krijgen.

Het Materiaalketenproject is in 2010 gestart met een subsidie van het toenmalige ministerie van VROM. Dit onderzoeksproject bracht de MVO-handelingsperspectieven in kaart voor vier sectoren, namelijk: beton, metalen, vlees en mobiliteit. Het Materiaalketenproject biedt concrete informatie aan ondernemers die hun materiaalketens willen verduurzamen. Voor elke sector is een webdossier uitgewerkt en zijn bijeenkomsten georganiseerd met partijen in de keten. De informatie is tot stand gekomen door samenwerking met brancheorganisaties die behoefte hebben aan dergelijke informatie voor hun leden. Voor de sector beton heeft het materiaalketenproject in 2011 voortgang gekregen in de vorm van een MVO Netwerk Beton (zie hoofdstuk 4.1) waarin verschillende partijen in de betonketen samenwerken aan de verduurzaming van beton.

6.1.2 *Arbeidsparticipatie: 'Meer Werkplekken bij Werkgevers'*

MVO Nederland stimuleert, versterkt en verbindt bedrijven in het mensgericht ondernemen en richt zich hierbij zowel op mkb'ers als het grootbedrijf. Onderdeel van mensgericht ondernemen is het bieden van kansen voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Sinds september 2010 voert MVO Nederland onderstaande projecten uit in opdracht van het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. De projecten lopen tot en met 31 december 2012.

Figuur 6-1 Overzicht van verbinding tussen projecten



Zoals bovenstaand figuur laat zien bestaat het project “Meer Werkplekken bij Werkgevers” uit twee pilotprojecten: “Toonaangevende Bedrijven” en “Next Generation”. Op haar beurt maakt Meer Werkplekken bij Werkgevers weer onderdeel uit van de pilot “Werken naar Vermogen”.

Doelstellingen

Doel van het project „Meer Werkplekken bij Werkgevers” is het verzamelen en delen van kennis en ervaring rondom de vraag: onder welke randvoorwaarden zijn werkgevers bereid en in staat om werkend perspectief te bieden aan mensen met een arbeidsbeperking? Hiervoor worden bedrijven betrokken en gaan zij actief aan de slag om werkplekken vrij te maken voor mensen met een arbeidsbeperking. Opgedane kennis en ervaring worden in de vorm van best practices verspreid onder het bedrijfsleven in Nederland om de beweging naar meer ‘inclusief ondernemen’ op gang te brengen.

Resultaten ‘Meer Werkplekken bij Werkgevers’ 2011

In de 2011 namen zo’n 30 grote ondernemingen en 20 mkb’ers deel aan het werkgeversnetwerk ‘Meer Werkplekken bij Werkgevers’. Hiermee is aan de doelstelling van 2011 voldaan om 24 toonaangevende bedrijven en 20 next generation bedrijven in het project te betrekken. De werving van deze bedrijven heeft plaatsgevonden via (grotweg) drie lijnen:

- het (partner)netwerk, de communicatie-uitingen en de activiteiten van MVO Nederland
- het Brancheprogramma van MVO Nederland
- via aansluiting bij activiteiten voor ondernemers in diverse regio’s

In 2011 zijn een twintigtal praktijkbeschrijvingen (best practices) geschreven van bedrijven die participeren in de pilotgroep. Er zijn bijdragen geleverd aan diverse publicaties met betrekking tot het onderwerp (interviews, artikelen, opinie). De projectleider van de pilots heeft zowel wervend, informerend als opiniërend bijgedragen aan tientallen events en bijeenkomsten over het thema arbeidsparticipatie, gezien vanuit het perspectief van de werkgevers en arbeidsparticipatie en de relatie met maatschappelijk verantwoord ondernemen.

De deelnemende ‘Toonaangevende Bedrijven’ zijn vorig jaar tweemaal bij elkaar gekomen tijdens een zogenaamd projectleidersoverleg. Tijdens deze bijeenkomsten zijn bedrijven geïnformeerd over (actuele) wetenswaardigheden met betrekking tot arbeidsparticipatie van mensen met een beperking. De bedrijven worden zo in staat gesteld onderling kennis en ervaring uit te wisselen en te netwerken.

Daarnaast zijn op individuele basis gesprekken gevoerd met de deelnemende bedrijven om voortgang te monitoren en, indien nodig en gewenst, te makelen en

schakelen richting uitvoeringsorganisaties of collega-bedrijven.

In 2011 zijn relaties met partners (uitvoeringsorganisaties, ministerie, brancheverenigingen, sociale partners) verder uitgebouwd en is gestart met de voorbereidingen van het structureel borgen van de continuïteit van het netwerk en de opbrengsten, door in gesprek te treden met werkgeversvereniging AWWN en de Start Foundation over de start van De Normaalste Zaak; een gezamenlijk netwerk van bedrijven die anders naar de arbeidsmarkt willen kijken en aantoonbaar ambities hebben om een inclusieve arbeidsorganisatie te worden, waar ruimte is voor iedereen om een bijdrage te leveren naar zijn/haar vermogen.

6.1.3 Nationaal Stimuleringsprogramma MBO

Het MBO Stimuleringsprogramma van MVO Nederland is in 2009 van start gegaan met een startsubsidie van het ministerie van VWS en loopt tot en met 2012.

Doelstellingen

Doel van het programma is om maatschappelijk betrokken ondernemen (MBO) in Nederland groter, sterker en beter te maken. Met als resultaat meer medewerkers die vrijwilligerswerk doen én meer perspectief voor groepen in de maatschappij die wat steun kunnen gebruiken. In de tekst hieronder worden per doelstelling de resultaten gepresenteerd.

Activiteiten en resultaten MBO-programma

In 2009 hebben we onze activiteiten opgezet en voorbereid, in 2010 voor de eerste keer georganiseerd en in 2011 waar nodig verbeterd. Zo hebben we geconcludeerd dat een nationale MBO-marktplaats als Wereldz (november 2010) niet de beste manier is om bedrijven en maatschappelijke organisaties bij elkaar te brengen. Daarom hebben we Wereldz omgevormd tot een bijeenkomst voor koploperbedrijven 'MBO 2020' die met elkaar de mogelijkheden voor samenwerking verkennen rond actuele maatschappelijke issues. Ook hebben we een aantal activiteiten richting gemeenten ondernomen (workshop, expertmeeting). Zij spelen een steeds belangrijker rol in het faciliteren van MBO.

Bevorderen van MBO binnen het bedrijfsleven

Onder de vlag van het MBO-programma zijn diverse workshops georganiseerd (MBO en HR, mobiliseren medewerkers, link met core business, etc.) en presentaties gehouden (Bedrijven contactdagen Leeuwarden, Beursvloer Tilburg, Lancering Kanjerclub Eindhoven, etc.). Er zijn acht artikelen over MBO verschenen in de algemene nieuwsbrief van MVO Nederland, en twee in de nieuwsbrief van ons Grote Bedrijven Netwerk. De MBO-pagina op mvonederland.nl is in 2011 zo'n 6.000 keer bezocht. Ook andere media besteedden aandacht aan MBO, zo gaf MVO Nederland input voor artikelen en items in P+, Pepper, Vakblad Advocatuur, FME Magazine, Telegraaf en Volkskrant.

Professionaliseren van MBO-intermediairs en hun netwerk landelijk dekkend maken

Centraal in het bereiken van deze doelstelling staat onze website www.nationaalmboplatform.nl. Deze website is in 2011 ruim 13.000 keer bezocht. Bijna 50 intermediairs zijn geslaagd voor onze online kennistoets. In 2011 hebben ruim 100 intermediairs deelgenomen aan onze twee landelijke kennis- en netwerkdagen en 26 mensen volgden onze intensieve MBO-opleiding. Daarnaast gaven we drie workshops (NOV, VWC Leeuwarden, POVL Limburg) en voerden ruim 30 individuele adviesgesprekken.

Investerings en effecten van MBO meten, benchmarken, publiceren en volgen in de tijd

Onze Nationale MBO Monitor bracht in 2011 voor de tweede maal de aard en omvang van MBO in Nederland in kaart. De Monitor bestaat uit een online vragenlijst en telefonisch onderzoek onder 2.000 MKB-bedrijven. De resultaten zijn gepubliceerd op ruim 25 online nieuwssites, waaronder die van De Telegraaf. De belangrijkste conclusies van de Nationale MBO Monitor zijn

- Bijna de helft van het Nederlandse MKB (49,5 procent) investeert in Maatschappelijk Betrokken Ondernemen (MBO). Hoewel dit een daling is ten opzichte van 2010 (55 procent), is de totale waarde van MBO gestegen naar 1,8 miljard euro per jaar (2010: 1,75 miljard euro). Deze stijging kan verklaard worden doordat bedrijven gemiddeld meer investeren en doordat het aantal bedrijven in Nederland iets is toegenomen.
- Van de bedrijven verwacht 94 procent dat de inzet de komende twee jaar stabiel blijft of zelfs toeneemt. De MBO-inzet blijft gekenmerkt door het geven van geld (donaties en sponsoring) en het beschikbaar stellen van arbeid, kennis en kunde (medewerkersvrijwilligerswerk). Liefst 50 procent van de bedrijven geeft aan dat hun voornaamste inzet medewerkersvrijwilligerswerk is, tegen 34 procent die zegt in de eerste plaats financieel bij te dragen.
- Er gaat een duidelijk motiverende werking van uit: 67 procent geeft aan dat MBO inspireert en / of gewoon leuk is. Verder zien we dat het maatschappelijk bewustzijn van bedrijven groeit. Ruim de helft (58 procent) wil de (lokale) samenleving helpen verbeteren (2010: 46 procent).
- De motivaties voor MBO zijn vaak een combinatie van idealen en verantwoordelijkheden enerzijds en zakelijke overwegingen anderzijds. Waarde voor het bedrijf en waarde voor de samenleving gaan in ieder geval steeds meer hand-in-hand.

Verbinden van MBO-actoren in strategische allianties

Succesvolle lancering van Koploperprogramma voor MBO Coalities tijdens het eerste MBO Koplopers Overleg op 25 oktober 2011. MVO Managers van 30 grootbedrijven waren aanwezig. Paul Schnabel (SCP) schetste de knelpunten in onze samenleving, waarna deelnemers met elkaar in gesprek gingen over het bundelen van hun krachten om de maatschappelijke impact van hun MBO-activiteiten te vergroten en presenteerden hun eerste ideeën aan eregast Prinses Máxima. De maatschappelijke thema's die aan bod kwamen waren arbeidsparticipatie, mantelzorg, financiële zelfredzaamheid, leefbaarheid in achterstandswijken, vitaliteit / gezondheid en de aansluiting van het onderwijs op de beroepspraktijk.

6.1.4 MVO en waardebeoordeling bij bedrijfsovername

Dit project richt zich op de rol van MVO bij de waardebeoordeling in het geval van bedrijfsovername. In 2011 is dit project, dat door het ministerie van EL&I gefinancierd wordt, van start gegaan. De eindproducten worden in 2012 opgeleverd.

Doelstellingen

- Bedrijfsovernamebemiddelaars praktisch in staat stellen om MVO mee te laten wegen bij de waardebeoordeling van bedrijven.
- Met name het MKB stimuleren om meer aandacht te besteden aan MVO door duidelijk te maken dat MVO een belangrijke business case is in geval van bedrijfsoverdracht.

Activiteiten en resultaten

In 2011 zijn de contouren van het te ontwikkelen eindproduct geschetst. Een klankbordgroep, bestaande uit vertegenwoordigers van het ministerie van EL&I, Rotterdam School of Management, Rabobank en de branchevereniging van bedrijfsovernamebemiddelaars (BOBB), heeft vastgesteld dat het onmogelijk is een gedegen kwantitatieve systematiek te ontwikkelen. Waardebepalers, in beginsel zijn dat leden van de BOBB, de adviseurs die mkb'ers ondersteunen bij de waardebeoordeling en onderhandeling wanneer het bedrijf toe is aan overname, hebben veelal nog te weinig kennis van MVO om MVO factoren te herkennen als potentieel waarde verhogend of -verlagend. In 2012 zal daarom een handreiking worden opgesteld die waardebepalers in staat zal stellen MVO factoren te herkennen en deze te laten meewegen tijdens het waardebeoordelingsproces. Daarnaast wordt in 2012 een trainingsmodule ontwikkeld voor bedrijfsovernamebemiddelaars en zal via verschillende communicatiekanalen aandacht worden besteed aan het project en het belang van MVO in de bedrijfsvoering ook in geval van bedrijfsovername.

6.1.5 MVO-wegwijzer ISO 26000

MVO Nederland heeft in samenwerking met AgentschapNL en NEN gewerkt aan een hulpmiddel om bedrijven te helpen bij het implementeren van MVO volgens richtlijn ISO 26000. Dit hulpmiddel maakt de richtlijn begrijpelijk, en biedt overzicht in de hoeveelheid tips en richting die ISO 26000 biedt. Hiermee helpt de wegwijzer bedrijven invulling te geven aan de door ISO gedefinieerde principes, het identificeren van haar stakeholders, het stellen van doelen op prioritaire MVO-thema's, en het verankeren van MVO in de organisatie.

In 2011 is de tekstuele vertaling van de richtlijn afgerond - in 2012 wordt deze informatie via een doorklikbare website beschikbaar gesteld. Bovendien wordt dit in 2012 aangevuld met een QuickScan die een laagdrempelige manier biedt om met de verschillende aspecten van ISO 26000 in aanraking te komen. Deze QuickScan biedt op deze manier een overzicht van waar ISO 26000 over gaat en geeft een heel globaal beeld van in hoeverre een organisatie al bezig is met het proces van MVO.

6.1.6 Duurzaam leveren aan de overheid

De sociale voorwaarden voor duurzaam leveren aan de overheid zijn in augustus 2011 gepubliceerd en leggen bedrijven die leveren aan de overheid een inspanningsverplichting op om internationale arbeidsnormen en mensenrechten in hun internationale keten te implementeren. Het project richt zich op bewustwording en kennisontwikkeling bij bedrijven over de werking van de sociale voorwaarden. Doelgroep zijn Nederlandse bedrijven die leveren of willen leveren aan de overheid, met name MKB-bedrijven met een internationale keten. Het ministerie van Infrastructuur en Milieu financiert het project dat van september 2010 tot en met december 2012 duurt.

Doelstellingen

Het project 'duurzaam leveren aan de overheid' heeft als doel bedrijven te informeren over en te faciliteren bij het toepassen van de duurzaam inkopen criteria van de overheid, met de focus op de sociale voorwaarden.

Activiteiten en resultaten

Als gevolg van politieke ontwikkelingen rondom het Programma Duurzaam Inkopen

heeft MVO Nederland in overleg met de opdrachtgever het project in 2011 grotendeels een andere invulling gegeven. De focus lag in 2011 op beleid en aanpak van het Duurzaam Inkopen Programma en minder op de sociale voorwaarden. In 2010 en 2011 heeft MVO Nederland de volgende resultaten behaald:

- *Advies Duurzaam Inkopen:* Samen met VNO-NCW, MKB Nederland, De Groene Zaak en NEVI heeft MVO Nederland in juni 2011 een advies aangeboden aan de Staatssecretaris van Milieu hoe duurzaam inkopen ambitieuzer kan worden ingezet in samenwerking met de markt. De Staatssecretaris en de Tweede Kamer hebben dit advies omarmd. MVO Nederland levert samen met de coalitie eveneens een bijdrage voor de implementatie van het advies.
- *Informatiepunt Duurzaam Leveren aan de overheid:* In 2010 is een helpdesk opgezet waar bedrijven terecht kunnen met vragen over het duurzaam inkopenbeleid van de overheid. In 2011 heeft het informatiepunt ongeveer 120 vragen van bedrijven afgehandeld.
- *Webpagina Duurzaam Leveren aan de overheid:* Op de site van MVO Nederland is in 2011 een dossier geplaatst met informatie voor bedrijven over het Programma Duurzaam Inkopen door de overheid.
- *Handleiding sociale voorwaarden:* MVO Nederland heeft in 2011 een handleiding ontwikkeld voor bedrijven die met de sociale voorwaarden van de overheid aan de slag gaan. Deze handleiding staat op de website van MVO Nederland.

6.1.7 Programma Communicatie OESO-richtlijnen

De OESO-richtlijnen maken duidelijk wat de Nederlandse overheid (en 42 andere overheden) van bedrijven in het buitenland verwacht op het gebied van MVO en dragen daarmee bij aan een gelijk speelveld voor internationale ondernemers. De richtlijnen betreffen onderwerpen als kinderarbeid, milieu en corruptie.

Diverse afstemmings- en samenwerkingsgesprekken hebben plaatsgevonden met de NEN en GRI met als doel de OESO-richtlijnen te koppelen aan bestaande kaders. Dit heeft onder andere geresulteerd in opname van OESO-richtlijnen in de zelfverklaring van ISO 26000. Ook heeft integratie plaatsgevonden van de OESO-richtlijnen in www.antwoordvoorbedrijven.nl

Landen die de OESO-richtlijnen onderschrijven dienen een Nationaal Contact Punt (NCP) in te richten, die verantwoordelijk is voor voorlichting aan het bedrijfsleven en klachten over Nederlandse bedrijven bij schending van de richtlijnen in behandeling neemt. De communicatie over de OESO-richtlijnen en het NCP is door het ministerie van EL&I uitbesteed aan MVO Nederland.

Activiteiten en resultaten

De centrale boodschap in 2011 betrof de *herziene* OESO-richtlijnen, het (Ruggie) kader voor ketenverantwoordelijkheid en de preventieve werkwijze van het NCP m.b.t. stakeholderdialogo en omgaan met dilemma's.

Herziening OESO-richtlijnen

De publicatie van de herziene OESO-richtlijnen en de Guiding Principles van John Ruggie vormden een belangrijk momentum voor de communicatie in 2011. Hierdoor is, samen met andere partijen als VNO-NCW, NGO's, Vakbonden, Agentschap NL, een flinke impuls gegeven aan de bekendheid van de OESO-richtlijnen. De OESO-richtlijnen hebben met deze update aan relevantie gewonnen en zijn ook dwingender geworden, onder andere door de sterke koppeling met het buitenland instrumentarium. Dit is ook terug te zien in een toename van het

aantal Kamervragen over het IMVO gedrag van bedrijven. De Tweede Kamer is over deze herziening geïnformeerd door middel van een kamerbrief.

Bijeenkomsten, trainingen & workshops en media

De in 2011 georganiseerde bijeenkomsten zijn conform het communicatieplan uitgevoerd. Een overzicht van de elf bijeenkomsten en twaalf trainingen en workshops, allen door het NCP (mede-)georganiseerd, zijn in *bijlage IX* te vinden. In 2011 heeft het NCP de voorlichting naar media en journalisten versterkt en zijn er persberichten verstuurd over onder andere continuering van het NCP (de onafhankelijke leden en het communicatieprogramma); over de vernieuwde richtlijnen en over de nieuwe MVO Navigator. Dit heeft onder andere direct en indirect geleid tot negen nieuwsuitingen (zie *bijlage IX*).

Webteksten en presentatiemateriaal

Door de herziening van de OESO-richtlijnen is in de tweede helft van 2011 gewerkt aan de update van webteksten en presentatiemateriaal. Op basis van de Engelse tekst en de Nederlandse vertaling (in concept) zijn diverse webpagina's voorzien van aangepaste informatie.

Ontwikkeling van tools

De OESO-richtlijnen zijn opgenomen in alle IMVO tools van MVO Nederland zoals de ketensimulator, het stappenplan Maatschappelijk Verantwoord Inkopen, de IMVO vouchers en vele webdossiers over OESO thema's. Daarnaast heeft het NCP twee tools ontwikkeld:

- MVO beleidstool: aan de hand waarvan ondernemers stap voor stap een MVO beleidsplan kunnen opstellen. In eerste instantie ontwikkeld voor ondernemers die PSI subsidie aanvragen (Private Sector Investment programma van NL EVD Internationaal) en verplicht een IMVO beleidsplan moeten hebben op basis van de OESO-richtlijnen. Deze tool wordt momenteel geëvalueerd;
- MVO Navigator: aan de hand waarvan ondernemers gedragscodes en verbeterprogramma's kunnen selecteren per OESO thema en per sector. Deze navigator is in 2011 sterk uitgebreid met verdiepende informatie per richtlijn en de mate waarin de OESO-richtlijnen worden afgedekt.

6.1.8 Programma Ontwikkelingslanden

Het ministerie van Buitenlandse Zaken financiert het Programma Ontwikkelingslanden van 2009 tot en met 2012. Doel van dit programma is het creëren van bewustwording bij het Nederlands bedrijfsleven over verantwoord ondernemen in ontwikkelingslanden.

Doelstellingen

Voor het jaar 2011 zijn de volgende doelstellingen geformuleerd:

- De bewustwording en implementatie van internationaal MVO stimuleren en ondersteunen bij het Nederlandse bedrijfsleven, met name het internationaal actieve MKB;
- Continueren in het vergroten van inzicht en de implementatie stimuleren van internationaal MVO² in ten minste drie sectoren, in samenwerking met

² Met Internationaal MVO wordt hier specifiek Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen in ontwikkelingslanden bedoeld.

tenminste vijf intermediaire organisaties die actief zijn binnen de drie sectoren;

- Samenwerking opzetten en deze verder inhoud geven met intermediaire organisaties die actief zijn in, of een relatie hebben met internationale handel.

Activiteiten en resultaten

In *bijlage X* is meer gedetailleerde informatie over onderstaande activiteiten en resultaten in tabellen weergegeven, waaruit blijkt dat is voldaan aan de doelstellingen voor 2011. Hieronder worden een aantal delen uitgelicht.

De volgende product- en themadossiers zijn ontwikkeld, deels in samenwerking met het Internationale Brancheprogramma: metalen, rubber, elektronica en de thema's grondstoffenschaarste, wat is internationaal MVO en updates van kinderarbeid, base of the pyramid, energie en klimaat. Kennisdossiers die zijn ontwikkeld (nog online te verschijnen): toerisme, dierenwelzijn, leder, mensenrechten (update). 25 nieuwe praktijkvoorbeelden van Nederlandse ondernemers die in ontwikkelingslanden ondernemen zijn gepubliceerd op de website van MVO Nederland.

Via workshops, tezamen met presentaties en stands op ondernemersevenement zijn totaal ruim 500 ondernemers direct bereikt. Hiervoor werden onder andere een IMVO Scan en IMVO spel ontwikkeld waarmee bedrijven internationale onderdelen kunnen beoordelen op MVO-gebied. Vanuit het Ontwikkelingslandenprogramma zijn de volgende in het oog springende workshops en evenementen georganiseerd:

- Voor de SER IMVO werkconferentie zijn in samenwerking met het internationale team van MVO Nederland vier workshops georganiseerd over de thema's: Rapportage en transparantie, Praktische hulpmiddelen voor IMVO, Incidenten in de keten en de Ketensimulator.
- Voor de MVO Exchange (georganiseerd door MVO Nederland en NL EVD Internationaal) zijn door het internationale team van MVO Nederland zeven workshops georganiseerd: corruptie, wet- & regelgeving, certificering, MVO & communicatie, incidenten in de keten, voedselzekerheid en duurzaam inkopen overheid 2.0. Dit evenement is door de deelnemers gewaardeerd met een 7,8.

Het ondernemersblog Grensverleggers is ontwikkeld en opgestart; zes ondernemers doen een half jaar lang actief verslag over MVO in een ontwikkelingsland. Onderwerpen waarover wordt geschreven zijn arbeidsomstandigheden, corruptie, samenwerking met ketenpartners en klimaat. Middels deze verhalen van ondernemers benadert MVO Nederland pers en (branche-)media om ondernemen in ontwikkelingslanden en MVO-thema's onder de aandacht te brengen bij een breder ondernemerspubliek. De resultaten van dit project (start november 2011) in het kort zijn:

- Ontwikkeling en lancering van landingspagina grensverleggers.nl;
- Zes blogs van ondernemers;
- Regelmatige (wekelijks) blogs, over diverse MVO-thema's;
- Gemiddeld 1.500 unieke bezoekers per maand (november en december 2011);
- Zeventien plaatsingen in online en offline media, waaronder Het Financieele Dagblad en Trouw.

6.1.9 Internationaal Brancheprogramma / Opkomende markten

Het Internationaal Brancheprogramma (ook wel bekend onder de naam Programma Opkomende Markten) staat ondernemers actief in opkomende markten bij met

MVO-kennis op de terreinen internationaal investeren, importeren en exporteren. Het project is gestart op 1 oktober 2009 en loopt tot 1 oktober 2012. Het programma ontvangt financiering van het ministerie van EL&I.

Doelstellingen

Het primaire doel van het Internationaal Brancheprogramma is om het bedrijfsleven te ondersteunen in zijn ambitie, conform het SER Internationaal MVO-initiatief, zelf invulling te geven aan ketenverantwoordelijkheid. Daartoe zal MVO en internationale ketenverantwoordelijkheid worden bevorderd in een significant aantal Nederlandse sectoren. Dit gebeurt in beginsel op verzoek van of in aansluiting op initiatieven van brancheorganisaties.

Activiteiten en resultaten

In *bijlage X* is meer gedetailleerde informatie over onderstaande activiteiten en resultaten in tabellen weergegeven, waaruit blijkt dat is voldaan aan de doelstellingen voor 2011. Hieronder worden een aantal onderdelen uitgelicht.

Het Internationale Brancheprogramma heeft productdossiers gemaakt voor rubber en metalen met als doel het bedrijfsleven te ondersteunen om zelf invulling te geven aan ketenverantwoordelijkheid. Betrokken brancheorganisaties waren Federatie NRK en VACO voor het rubberdossier respectievelijk VNMI, Metaalunie, FME en VMRG voor het metaaldossier.

In het projectjaar 2011 (oktober 2010 t/m september 2011) werden brancheorganisaties in onderstaande zes (industriële) sectoren benaderd:

- metaal & techniek
- machines & apparaten
- ICT & elektronica
- kleding & textiel
- chemie & kunststof
- overige fabricaten & handel

Sectoraanpak

In samenwerking met de sectormanagers van het Brancheprogramma en Programma Ontwikkelingslanden is in 2011 gewerkt aan het verankeren van IMVO en OS-thema's bij brancheverenigingen en hun achterban. In *bijlage X* zijn de brancheorganisaties uit tien sectoren opgenomen waar gesprekken mee zijn gevoerd en/of mee wordt samengewerkt om met hen tot verdere samenwerking en implementatie van het thema ketenverantwoordelijkheid te komen.

Verder is een aantal generieke activiteiten uitgevoerd:

- Het Stappenplan Maatschappelijk Verantwoord Inkopen is in 2011 geactualiseerd.
- Tien nieuwe praktijkvoorbeelden zijn ontwikkeld van bedrijven met een internationale keten die maatschappelijk verantwoord ondernemen.
- De Ketensimulator (online management game) is gereed gekomen, en is in 2011 tien keer gespeeld met ondernemers.
- De Verantwoord Inkopen Test is online beschikbaar gekomen.
- Het Internationaal Brancheprogramma heeft zeventien presentaties gehouden en workshops georganiseerd tijdens diverse evenementen, zoals de Internationale Handelsdag van KvK, ledenvergaderingen van brancheorganisaties en bijeenkomsten van de SER.
- In samenwerking met NEVI is een driedaagse Training Ketenverantwoordelijkheid ontwikkeld. Deze training wordt onderdeel van de

MVO Nederland Academie en zal van start gaan in 2012.

6.2 Financiële doelstellingen en resultaten

Via de programma's en projecten levert MVO Nederland kennis, inspiratie en hulpmiddelen aan het mainstream bedrijfsleven om zoveel mogelijk ondernemers bewust en actief aan de slag te laten gaan met MVO in de kernactiviteiten van hun bedrijven.

De financiële doelstelling op programma's en projecten is uiteraard altijd om deze breakeven af te sluiten en hierover een gedegen financiële verantwoording af te leggen. Doordat de looptijd van programma's en projecten vaak meerdere jaren bestrijkt, resulteerde dit begin 2011 in een saldo aan nog te besteden projectsubsidies van 296.969 euro. Per jaareinde 2011 is dit saldo teruggebracht naar 183.854 euro.

Tabel 6-1 geeft een overzicht van de verschillende programma's en projecten met een budget van meer dan 50.000 euro in 2011 (daardoor zijn het waardebepalingsproject en het materiaalketenproject niet opgenomen in het overzicht). De tabel laat zien hoeveel saldo de individuele projecten meenemen vanuit voorgaande jaren naar 2012. De projecten die een negatief saldo laten zien, hebben tot en met 2011 meer besteed dan er aan subsidie inkomsten is ontvangen. Met andere woorden, er zijn in 2011 activiteiten verricht met het oog op te verwachten subsidie inkomsten in 2012.

Tabel 6-1 Kort financieel overzicht van programma's en projecten 2011

Projecten	Doelstelling	Resultaat	Resterend budget t/m 2011 - €
Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie			
OESO-voortichting '10-'13 (OESO II)	Communicatie over OESO-richtlijnen en het NCP	Bijeenkomsten voor de financiële sector, brancheverenigingen, IMVO Exchange, stakeholders, high level congres, trainingen en workshops voor bedrijven en intermediairen, MVO-beleidstool, MVO-navigator	- 36.117
Internationaal brancheprogramma/opkomende Markten '10-'12 (OMII)	Faciliteren bedrijfsleven bij implementatie IMVO, ondersteunend aan SER-cie IMVO	Webdossiers en publiciteit, samenwerkingen met brancheverenigingen, trainingen aan bedrijfsleven, ketensimulator en stappenplannen	- 18.933
MVO en waardebeoordeling bij bedrijfsovername	Meetbaar maken van de waarde van MVO bij bedrijfsovername	Voorbereiding methodiek	21.332
Ministerie van Buitenlandse Zaken			
Ontwikkelingslanden (OL)	Bewustwording bedrijven op terrein IMVO, implementatie bij drie sectoren, samenwerking met intermediaire partijen	Kennisdossiers, grensverleggers en publiciteit, MVO Exchange en SER-bijeenkomst	94.116
Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport			
Maatschappelijk Betrokken Ondernemen	MBO groter, sterker en beter maken	MVO monitor, website nationaalmbplatform.nl, publiciteit	- 68.255
Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid			
Arbeidsparticipatie	Stimuleren, versterken en verbinden van bedrijven rondom het bieden van kansen aan mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt	30 grote bedrijven en 20 MKB-ers actief in het programma en 20 best practices beschreven	65.483
Ministerie van Infrastructuur en Milieu			
Ketensimulatie	Ontwikkeling tool en vijf gamesessies	Ketensimulator ontwikkeld, vertaald en ingezet in workshops	- 34.911
Informatiepunt Duurzaam Inkopen voor Bedrijven	Bedrijven informeren over (sociale voorwaarden van) duurzame inkoopbeleid overheid	Handleiding oor MKB, website en helpdesk	122.899

7. Partners en producten

MVO Nederland richt zich op bedrijven met MVO-ambitie en wil een brug slaan tussen de MVO-koplopers, de early adopters, en de grote groep bedrijven die aan het begin van hun MVO-ontwikkeling staan, de early majority. De vraag van deze bedrijven is niet meer of zij met MVO aan de slag moeten gaan, maar juist hoe zij dat moeten doen.

Bedrijven die zich aansluiten als partner van MVO Nederland ondertekenen het manifest 'Be the change you want to see in business' (zie *bijlage XI*) en verklaren daarmee zich in te zetten op een tiental concrete duurzaamheidsthema's, zoals reductie van hun ecologische voetafdruk, duurzame inzetbaarheid van medewerkers en transparant communiceren over het bedrijf.

Missie van de afdeling Partners & Producten is om deze bedrijven met MVO ambitie te ondersteunen met kennis en een netwerk bij het verankeren van MVO in de bedrijfsprocessen. De focus lag in 2011 op het vernieuwen van het partnerschap (per april 2012) en op de ontwikkeling van een opleidings- en trainingsaanbod in de nieuwe MVO Nederland Academie (per januari 2012) alsmede van nieuwe netwerken rond specifieke thema's of vragen, zoals het People-netwerk en Koplopernetwerk.

7.1 Het partnerschap

Het aantal partners steeg met een gemiddelde groei van circa 40 nieuwe partners per maand naar 1.814 eind 2011. Meer statistieken over de ontwikkeling van de partners van MVO Nederland in 2011 zijn te vinden in *bijlage XII*). Uit de NPS-evaluatie partners 2011 blijkt dat onder de partners van MVO Nederland de waardering van het partnerschap in 2011 flink is toegenomen naar een gemiddelde NPS-aanbevelingsintentie van 7,6 (2010: 7.0)³.

Vernieuwing partnerschap

Uit diverse partnerconsultaties bleek dat partners een groeiende behoefte hebben aan meer ondersteuning bij het implementeren van MVO. De vraag van onze partners is duidelijk verschoven naar de Wat-is-MVO-vraag naar Hoe-implementeer-ik-MVO. Op basis van deze signalen is besloten het productenpakket dat hoort bij het partnerschap verder uit te breiden op het gebied van kennisdeling, profileringmogelijkheden en netwerken. Medio 2011 is de projectgroep Vernieuwing Partnerschap van start gegaan. Er is besloten om een MVO-positioneringstool te ontwikkelen waarmee partners inzicht krijgen in hun MVO-positie. Ook wordt het partnerprofiel uitgebreid waarmee een partner nog meer informatie en ervaringen kan delen met andere partners en websitebezoekers. Tevens wordt het gebruik van het partnerlogo onder aanvullende voorwaarden gesteld. Zo moet een partner nu inzicht geven in zijn MVO-activiteiten om het logo te kunnen gebruiken. Tot slot worden er specifieke partnernetwerken ontwikkeld rondom een bepaald thema, sector of bedrijfsomvang, waarin partners ervaringen delen rondom MVO-implementatie. In oktober 2011 is dit nieuwe pakket voorgelegd aan een groep partners ter

³ NPS staat voor Net Promotor Score die geeft op een schaal van 0 tot 10 de mate aan waarin een gebruiker een product of dienst zou aanbevelen bij anderen.

consultatie. Deze partners waren enthousiast over het nieuwe aanbod en zagen geen bezwaren tegen een prijsverhoging, gezien de gestegen meerwaarde van het partnerschap en de relatief lage bestaande tarieven.

Meet & Greet bijeenkomsten

Via Meet & Greet bijeenkomsten biedt MVO Nederland nieuwe partners de mogelijkheid kennis te maken met de organisatie, met andere nieuwe partners en over MVO te leren. Nieuwe partners kunnen vragen stellen aan MVO-deskundigen, leren over actuele MVO-onderwerpen, ervaringen uitwisselen met andere ondernemers en de sfeer proeven bij MVO Nederland. In 2011 werd drie keer een Meet & Greet bijeenkomst georganiseerd. Per keer waren 50 tot 60 nieuwe partners aanwezig. De waardering van de bijeenkomsten was zeer goed: gemiddeld geeft de deelnemer de Meet & Greet een NPS-aanbevelingsintentie van 7,8. Met name de individuele gesprekken met MVO Nederland medewerkers waarvoor deelnemers zich kunnen inschrijven en de durftevragen-sessies worden hoog gewaardeerd.

Nieuwjaarsevent

Samen met Initiatief Duurzame Handel (IDH) en het ministerie van EL&I organiseerde MVO Nederland op 18 januari 2011 een Nieuwjaarsevent, waar ruim 500 deelnemers op af kwamen. Gunter Pauli, ondernemer en lid van de Club van Rome, gaf een presentatie over innovatie en de doorbraak van het nieuwe denken. De nationale Transparantiebenchmark werd uitgereikt aan KPN. Aan grafische groep OBt werd als runner-up de stimuleringsprijs MKB 2010 overhandigd. De waardering van het evenement daalde licht, van een 7,4 in 2010 naar een 7,1 in 2011. Op basis daarvan is voor 2012 een wat andere insteek gekozen.

7.2 Partnernetwerken

7.2.1 *Het Grote Bedrijven Netwerk*

Het Grote Bedrijven Netwerk biedt grote bedrijven een exclusief platform voor een corporate dialoog waarbinnen vraagstukken aan de orde kunnen komen die specifiek voor hen van belang zijn. Het Grote Bedrijven Netwerk ondersteunt aangesloten bedrijven met bijeenkomsten in diverse formats, die vraaggestuurd worden ingevuld. De leden bepalen dus de agenda. Aangesloten bedrijven betalen hiervoor een jaarlijkse bijdrage van € 7.000,- (inclusief de partnerbijdrage van € 1.500,-).

Activiteiten en resultaten

Het Grote Bedrijven Netwerk kende een forse groei in 2011: van 34 naar 57 betalende leden. Deze bedrijven zijn verdeeld over de volgende sectoren: nutsbedrijven, food & agribusiness, IT & research, finance & consulting, bouw, people, transport en reisbranche, telecom, retail, zorg en staatsdeelnemingen. De GBN partnerevaluatie (n=23) in december 2011 leverde een gemiddelde NPS-aanbeveling op van 7,8.

In 2011 zijn, naast het ingaan op individuele wensen van bedrijven, focusgroepen georganiseerd. Tijdens de focusgroepen gingen zes tot tien deelnemers van verschillende bedrijven onder begeleiding met elkaar in gesprek over een specifiek MVO-thema.

- Focusgroups People: bedrijven die onder andere deelnamen: Alliander, Randstad, Ricoh, Vebego, Vitae, UWV, Centric, Logica.
 - MVO en HR
 - Duurzame inzetbaarheid op 22 maart 2011
 - Diversiteit op 24 mei 2011 (gemiddelde aanbeveling 6,8)
 - Duurzaam belonen en beoordelen op 20 september 2011 (gemiddelde aanbeveling: 7)
 - Verankering van MVO
 - Duurzaam leiderschap op 19 april (gemiddelde aanbeveling: 7,7)
 - MVO is veranderkunde op 21 juni
 - Social intrapreneurship op 25 oktober (gemiddelde aanbeveling: 8,5)
- Focusgroups Maatschappelijk Betrokken Ondernemen
 - 3 maart
 - 17 mei
 - 4 oktober (gemiddelde aanbeveling 8,7)
- Focusgroep Food & Agri (zie ook 1.3.2)
 - 'Eerlijk van eigen bodem' op 27 oktober, op initiatief van Suiker Unie

Future Leaders Event

Het Future Leaders Event werd voor de vierde keer georganiseerd in 2011. Het vond plaats op 3 november en het FLE pre-event op 10 oktober. De 200 deelnemers gaven een 7,7 als gemiddelde aanbeveling. Tijdens een bijeenkomst bij de SER op 13 december 2011 gingen de *future leaders* in gesprek met SER-voorzitter Alexander Rinnooy Kan.

CSR Managers Meetings

In maart 2011 vond de eerste CSR Managers Meeting plaats over de vernieuwde aanpak en het aanbod van het Grote Bedrijven Netwerk (GBN). Hier hebben we samen met de 20 deelnemers de koers van het GBN voor de komende tijd uitgezet (gemiddelde aanbeveling: 7,8). In september 2011 vond de tweede CSR Managers Meeting plaats over 'MVO in bedrijf'. Circa 40 deelnemers deden nieuwe inspiratie op voor het creëren van draagvlak met onder andere een sessie onder leiding van Treemagotchi (gemiddelde aanbeveling: 7,6).

Het plan om in de Ridderzaal een bijeenkomst te organiseren waar de top van de aangesloten bedrijven met elkaar en de overheid in gesprek zouden gaan over de toekomst van maatschappelijk verantwoord ondernemen en hun ambities hierin, heeft geen doorgang gevonden omdat het kabinet reeds zelf een initiatief tot een dergelijke bijeenkomst had ondernomen.

7.2.2 Koploperprogramma

Het Koplopersprogramma biedt een netwerk voor bedrijven die vergaand en integraal met MVO aan de slag zijn en dit op een transparante manier uitdragen en verantwoorden. Het netwerk speelt een belangrijke voorbeeldrol bij het inspireren van mainstream ondernemingen.

Activiteiten en resultaten

Samen met het Kennisnetwerk Duurzame Product Ketens (DPK) van Agentschap NL organiseert MVO Nederland vier keer per jaar een bijeenkomst voor MVO-koplopers. De bijeenkomst biedt koplopers gelegenheid om kennis en ervaringen te delen over actuele MVO-thema's, tips uit te wisselen en te netwerken met

andere koplopers.

In 2011 hebben ruim 180 bedrijven deelgenomen aan in totaal vier koploperbijeenkomsten (gemiddeld 45 bedrijven per bijeenkomst). De thema's waren:

- De kunst van het draagvlak creëren (februari 2011)
- Duurzame mobiliteit (mei 2011)
- Meten van duurzaamheid (september 2011)
- Innovaties in de productieketen (december 2011)

Naast de organisatie van de vier koploperbijeenkomsten zijn tientallen MVO-koplopers zichtbaar gemaakt in landelijke en regionale media en als praktijkvoorbeeld op de website of bijeenkomsten van MVO Nederland.

De samenwerking met Agentschap NL is eind 2011 afgerond. MVO Nederland zal de activiteiten voor MVO-koplopers ook in 2012 voortzetten binnen het nieuw op te richten Koplopernetwerk van MVO Nederland. Dit zal naar verwachting in het voorjaar van 2012 van start gaan, gelijktijdig met de vernieuwing van het partnerschap.

7.3 De MVO Nederland Academie

In 2011 zijn de voorbereidingen getroffen voor de ontwikkeling en lancering van de MVO Nederland Academie in januari 2012. De Academie moet een belangrijke plek worden voor iedereen die zich wil ontwikkelen en wil laten inspireren op het gebied van MVO. Het aanbod van de MVO Nederland Academie bestaat onder meer uit workshops, basistrainingen en masterclasses en is zowel gericht op bedrijven die zich net oriënteren op MVO als op bedrijven die al ver(der) gevorderd zijn. Dergelijke sessies zijn onderdeel van het open aanbod van de MVO Nederland Academie. Daarnaast biedt de MVO Nederland Academie maatwerkdiensten voor bedrijven die MVO-opleiding of -training specifiek toegesneden willen hebben op hun situatie. Tenslotte is vanuit de MVO Nederland Academie het initiatief ontstaan om een portal voor MVO-opleiding en -training te ontwikkelen waar partners en niet-partners van MVO Nederland hun aanbod onder de aandacht kunnen brengen van relevante doelgroepen.

7.3.1 Open aanbod

Eind 2010 is onderzoek gedaan naar de behoefte aan MVO-opleiding en -training onder partners van MVO Nederland. Hieruit bleek dat deze behoefte inderdaad bestond en dan met name op een aantal specifieke MVO-thema's (onder andere draagvlakcreatie voor MVO, verankering en implementatie van MVO, MVO & Communicatie). Met deze resultaten in het achterhoofd is in 2011 een businessplan ontwikkeld voor het aanbod van MVO-opleiding en -training vanuit MVO Nederland via de MVO Nederland Academie. In dit businessplan is een marktverkenning gemaakt, zijn producten gespecificeerd, zijn product/markt-combinaties geïdentificeerd, is een propositie voor de MVO Nederland Academie ontwikkeld en zijn strategieën voor het vermarkten van MVO-opleiding en -training via de MVO Nederland Academie ontwikkeld. Voorbeelden van product/markt-combinaties waren workshops voor personen die een duurzame carrière ambiëren en aanbod voor MVO-adviseurs. Ook is gekeken naar de mogelijkheden voor opleiding en training via bestaande programma's van MVO Nederland, zoals het Brancheprogramma. Een deel van de verkenning in het businessplan was gericht op het aanbieden van maatwerkdiensten op het gebied van MVO-opleiding en -training. In het businessplan is tevens een begin gemaakt met de ideevorming van

een portal voor MVO-opleiding en -training vanuit MVO Nederland, waarop partijen die ook MVO-opleiding en -training aanbieden hun aanbod onder de aandacht van voor hen relevante doelgroepen kunnen brengen. Zowel het initiatief tot de ontwikkeling van de MVO Nederland Academie als de portal voor MVO-opleiding en -training van derden zijn in 2011 door het bestuur van MVO Nederland goedgekeurd. Vervolgens zijn de plannen voor de MVO Nederland Academie nader uitgewerkt en zijn de voorbereidingen op de lancering (januari 2012) van start gegaan.

In 2011 is geëxperimenteerd met de eerste opleidingen en trainingen zoals voorzien voor de MVO Nederland Academie. Het ging hierbij onder meer om:

- een workshop MVO-proof
- een masterclass met internationaal MVO-expert en -auteur Wayne Visser
- een masterclass Business spiritualiteit met emeritus-hoogleraar Paul de Blot
- de Ray Anderson-lezing in samenwerking met InterfaceFLOR

De samenwerking met Interface is slechts een van de samenwerkingsverbanden die de MVO Nederland Academie in 2011 ontwikkelde: ook met regionale opleidingsaanbieders zoals hogescholen, de Duurzame Vacaturebank en de NEVI zijn contacten gelegd in het kader van het vermarkten van het aanbod van de MVO Nederland Academie.

7.3.2 Maatwerkopdrachten

MVO Nederland heeft in 2011 een aantal maatwerkopdrachten uitgevoerd op het gebied van MVO-opleiding en -training in aanloop naar de lancering van de academie. Twee voorbeelden zijn uitgebreider beschreven.

VBZ - Instapcursus MVO

VBZ en MVO Nederland werken al enige jaren gezamenlijk aan het stimuleren van MVO in de bakkerij- en zoetwarenindustrie. MVO was al een belangrijk onderdeel van het Ondernemersportal. Er is meegewerkt aan het opzetten van de Barometer Duurzame Bakkerij- en Zoetwaren. In samenwerking met VBZ ontwikkelde MVO Nederland een Instapcursus MVO voor MVO-verantwoordelijken bij VBZ-leden met als doel bedrijven een beter begrip van MVO mee te geven en hen te helpen bij het implementeren van de Barometer. Deze Instapcursus bestond uit een Basistraining MVO en enkele facultatieve thematische vervolgtrainingen. Tijdens de Instapcursus werden bedrijven uitgedaagd via intervisiesessies van elkaar te leren en de Barometer toe te passen. Aan de Instapcursus MVO in 2011 deden 10 VBZ-leden mee. De Instapcursus wordt in 2012 opnieuw aangeboden.

NPR9026

MVO Nederland heeft als lid van de normcommissie van de NEN meegewerkt aan de ontwikkeling van de NPR 9026: een handleiding voor bedrijven om te komen tot een zelfverklaring ISO 26000. Om de NPR 9026 beter toegankelijk te maken voor ondernemers, heeft MVO Nederland in opdracht van NEN een vertaalslag gemaakt. Deze vertaalslag heeft de NPR bruikbaar en hanteerbaarder gemaakt voor ondernemers, terwijl de gedegenheid van ISO 26000 blijft gewaarborgd.

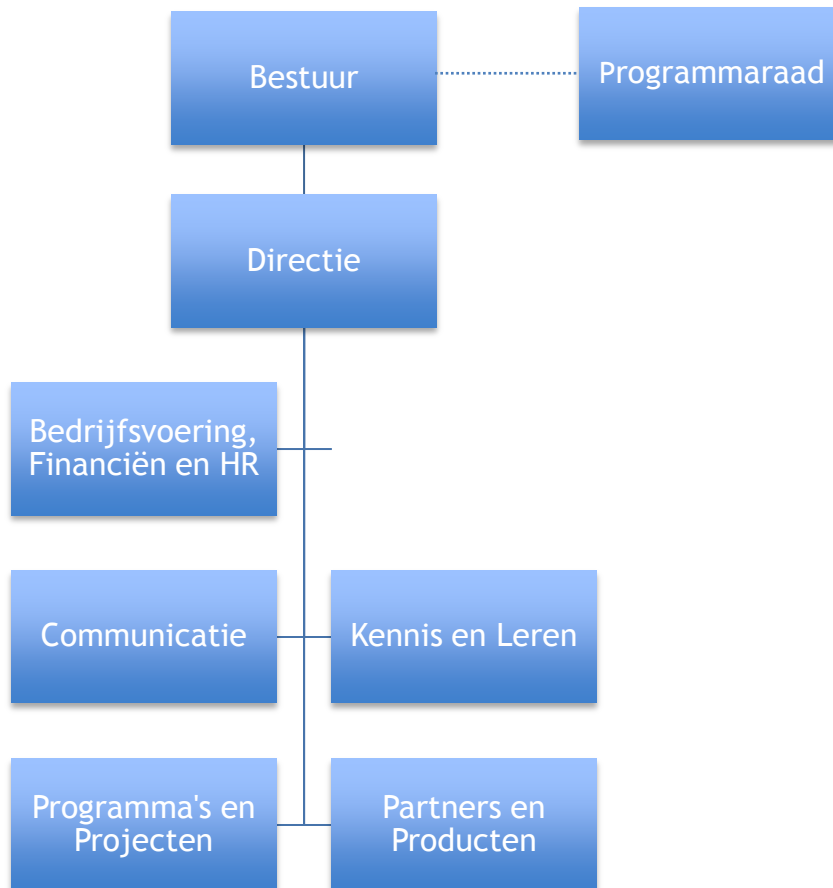
7.4 Financiële doelstellingen en resultaten

Ook in 2011 groeide het partnernetwerk van MVO Nederland fors met bijna 500 nieuwe bedrijven tot in totaal 1.814 partners (doelstelling 2011: 2.000 partners). Het Grote Bedrijven Netwerk (GBN) groeide spectaculair met 25 nieuwe deelnemers naar 57 bedrijven (doelstelling 2011: 40 deelnemers). Gezamenlijk zijn deze partners goed voor 623.000 euro aan contributie-inkomsten, een groei van bijna 200.000 euro ten opzichte van 2010. In 2011 werd 284.000 euro aan marktinkomsten gegenereerd (doelstelling 2011: 80.000), een forse groei ten opzichte van 2010 toen 31.000 euro aan marktinkomsten werd gerealiseerd. Van de marktinkomsten in 2011 kwam 61.000 euro voor rekening van opleiding, training en presentaties en 223.000 euro van overige marktinkomsten (waaronder deelnemersbijdragen aan Future Leaders Event en MVO netwerk Beton, bijdrage IDH aan nieuwjaarsbijeenkomst en bijdrage S&B aan GBN netwerk).

8. Interne organisatie

8.1 Organizational structure

The following organogram shows the organizational structure of MVO Nederland.



Bestuur en Programmaraad

The board of MVO Nederland met in 2011 five meetings. Important topics were the multi-year policy plan and the future of MVO Nederland, sustainable purchasing by the government 2.0, the MVO Nederland Academy, the new partnership, the split with IDH and cooperation agreements with various organizations. Furthermore, the board approved the 2012 annual plan and the 2010 financial statement. Since February 2009, Mr. Simon van Driel is the chairman of the board. *Bijlage XIII* contains an overview of the names of all members of the board and the Program Board. Board member Ton Nelissen was replaced in May 2011 by Lizzy Doorewaard.

The Program Board met twice in the past year. Hann Verheijen (Triodos Bank) replaced Matthijs Bierman on the board. New members are Andrea van de Graaf (De Meerlanden), Huibrecht Bos (VNO-NCW) and Dorien Wietsma (VolkerWessels) joined. Enno Masurel (VU) and Joost Oorthuizen (IDH) have left the Program Board in 2011.

8.2 Bedrijfsvoering

MVO Nederland groeit en daarmee groeit ook het belang van een geoliede interne organisatie. Dat betekent dat de onderdelen Financiën, HRM, ICT en Office belangrijker worden. Aan de professionalisering hiervan is in 2011 veel aandacht besteed. Er is een manager Control & Bedrijfsvoering aangetrokken die alle interne afdelingen aanstuurt. Begin 2011 is MVO Nederland verhuisd naar het pand aan de Nieuwekade 9 in Utrecht. De etage die MVO Nederland daar huurt, is volledig ingericht op het nieuwe werken.

8.2.1 Personeel

Personeelsbestand & verloop

Het aantal medewerkers met een arbeidsovereenkomst nam toe van 38 (eind 2010) naar 47 (eind 2011) en het aantal fte groeide van 31,5 (eind 2010) naar 39,5 (eind 2011). Daarnaast werkten er eind 2011 bij MVO Nederland vijftien externen (8,5 fte's) tegen zeven (vier fte's) eind 2010, hetzij op detacheringbasis of als freelancer of student. Er zijn zeventien nieuwe medewerkers aangenomen en acht medewerkers hebben de organisatie verlaten (exclusief externen). In 2011 hebben in totaal twaalf (vooral) studenten een stage of vrijwilligerswerk bij MVO Nederland gedaan. De verdeling man/vrouw bij MVO Nederland is 26 respectievelijk 74 procent. Van de tien leidinggevende posities worden er vier bezet door mannen en zes door vrouwen. Mensen met een arbeidsbeperking worden actief geworven. Het ziekteverzuim over het jaar 2011 is 5,3 procent. Dit is inclusief vijf langdurig zieken, waarvan drie niet-werkgerelateerd.

Arbeidsvoorwaarden

Alle medewerkers van MVO Nederland vallen onder dezelfde arbeidsvoorwaardenregeling. Er is geen vergoeding aan directie of andere werknemers die uitkomt boven de inkomensgrens die wordt bepaald in de "Wet openbaarmaking uit publieke middelen gefinancierde topinkomens". Directeur Willem Lageweg is werkzaam via een detacheringsovereenkomst met Rabobank Nederland. MVO Nederland heeft marktconforme primaire en secundaire arbeidsvoorwaarden.

Personeelsvertegenwoordiging

In 2011 is een personeelsvertegenwoordiging (PVT) van start gegaan, die in de toekomst kan gaan functioneren als een ondernemingsraad. De PVT overlegt op regelmatige basis met de directie over zaken die te maken hebben met arbeidsvoorwaarden en de interne organisatie.

Medewerkerstevredenheid

Sinds 2009 hanteert MVO Nederland Investors in People (IiP). In 2011 is er weer een IiP-onderzoek gedaan. MVO Nederland mag zich verheugen in een grote mate van medewerkerstevredenheid en -betrokkenheid. Medewerkers kennen de doelen van MVO Nederland, zetten zich hier graag voor in en krijgen de ruimte. Hun ideeën worden serieus genomen en er wordt systematisch gewerkt met functioneringsgesprekken. Medewerkers zijn in overwegende mate tevreden over de erkenning en waardering vanuit de leiding. Onder andere op de terreinen scholing, ruimte voor persoonlijke ontwikkeling en duidelijkheid over de koers van de organisatie zijn de scores verbeterd ten opzichte van 2009. Verbeterpunten werden benoemd op terreinen als competentie management en leidinggeven, evaluatie van effecten van opleidingsinspanningen en samenwerking tussen de verschillende afdelingen. Deze verbeterpunten zullen in 2012 extra aandacht

krijgen.

Trainingen en opleidingen

MVO Nederland biedt medewerkers de mogelijkheid om vakgerelateerde cursussen en opleidingen te volgen en draagt (deels) bij in de kosten. Kennis die wordt opgedaan via externe trainingen en cursussen, wordt zoveel mogelijk intern overgedragen. In 2011 zijn twee in-company trainingen georganiseerd: een over het begeleiden van groeps gesprekken en een over didactische vaardigheden voor het geven van workshops en trainingen. Ook volgden medewerkers individuele trainingen, cursussen, opleidingen en coachingtrajecten, waaronder over leidinggeven, tekstschrijven, communicatie, de werkkostenregeling en nascholing BHV.

Het programma 'Intern leren' voorziet in de leerbehoeften van de medewerkers van MVO Nederland, die met behulp van een enquête onder medewerkers in 2011 in kaart zijn gebracht. Er worden met grote regelmaat interne bijeenkomsten georganiseerd over diverse MVO-thema's. In 2011 is in totaal 35.000 euro uitgegeven aan trainingen. Er hebben twee inwerktrainingen van een dag plaatsgevonden. Hieraan hebben in totaal 25 collega's deelgenomen.

In 2011 zijn maar liefst achttien lunchbijeenkomsten voor medewerkers georganiseerd. Het animo om de eigen kennis en projecten toe te lichten was groot.

8.2.2 Kernwaarden en communicatie

Uit een waardenscan, die in juli 2011 onder medewerkers van MVO Nederland is gehouden, kwamen de volgende kernwaarden van MVO Nederland naar voren:

- Basiswaarden: 'betrouwbaar', 'dienstbaar' en 'onafhankelijk'
- Aspiratiewaarden: 'praktisch' en 'ondernemend'
- Onderscheidende waarden: 'verbindend' en 'ontwikkeland'

Huisstijl MVO Nederland

Deze kernwaarden dienden als input voor de ontwikkeling van een nieuwe huisstijl, die in het najaar van 2011 werd voorbereid en op 1 januari 2012 werd geïntroduceerd. Er werd gekozen voor een heldere kleur blauw, zakelijk en fris. Met opzet weg van het groen, dat traditiegetrouw met duurzaamheid wordt geassocieerd, maar onvoldoende recht doet aan de P van People uit de Triple P-gedachte (People-Planet-Profit).



Het oude logo:



Het nieuwe logo:

De interne communicatiedoelstelling was 90 procent van alle medewerkers goed te informeren over de ontwikkelingen van MVO Nederland. Tijdens het onderzoek Investors in People gaf 71 procent van de medewerkers aan overwegend tot geheel op de hoogte te zijn van de ontwikkelingen van MVO Nederland. Bij de managers lag dat percentage op 100 procent. Nemen we daar het gemiddelde van dan komen we op bijna 90 procent. Daarmee is deze doelstelling bijna bereikt. Dit is mede gelukt door oplevering van een intranet begin 2011, invoering van het MaandagMiddagMoment en de genoemde lunchbijeenkomsten.

8.2.3 Office

De doelstelling van Office is om het visitekaartje van en eerste aanspreekpunt binnen MVO Nederland te zijn. Dit betekent, naast het vriendelijk ontvangen van gasten en telefonisch te woord staan van alle relaties, dat de Office-medewerkers zich bezig houden met het ondersteunen van alle collega's van MVO Nederland op het gebied van secretariële werkzaamheden, facilitaire zaken, huisvestingsvraagstukken en het geven van eerstelijns ICT-assistentie. In 2011 heeft Office haar doelstellingen grotendeels bereikt. Door de groei van de organisatie en de verhuizingsperikelen heeft de nadruk vooral gelegen op ICT, huisvesting en facilitaire zaken.

8.2.4 ICT

Om de mogelijkheden te onderzoeken hoe MVO Nederland efficiënter en (kosten)effectiever met ICT om kan gaan, heeft Imtech ICT Performance Solutions in het vierde kwartaal van 2011 een ICT-scan uitgevoerd. De uitkomsten van deze scan bieden voldoende perspectief om in 2012 een start te maken met de inrichting van een robuust, toekomstvast en geborgd applicatielandschap.

8.2.5 Financiële administratie

Ook voor de financiële administratie heeft de groei van de gehele organisatie en de uitbreiding van de activiteiten uiteraard consequenties. Tot en met 2010 kon MVO Nederland nog verantwoord omgaan met een financiële administratie zonder geïntegreerde projectadministratie. 2011 was het startjaar van hervormingen op het werkerrein van de financiële administratie.

9. Financiën

De financiële resultaten met betrekking tot boekjaar 2011 zijn opgesplitst over de drie soorten activiteiten van MVO Nederland, te weten de publieke voorlichtingsfunctie (basissubsidie), projecten en partners.

Voor de publieke voorlichtingsfunctie sloot MVO Nederland het jaar 2011 af met een overschot. MVO Nederland is weliswaar aan het interen op de nog te besteden basissubsidie van voorgaande jaren, maar deed dit minder snel dan voorafgaand aan 2011 begroot was. Dit heeft te maken met het feit dat de gerealiseerde overheadkosten die gemaakt zijn om projecten te kunnen faciliteren, in 2011 ook daadwerkelijk zijn doorbelast aan de betreffende projecten. In de begroting 2011 hield MVO Nederland hier, ten onrechte naar nu gebleken is, nog geen rekening mee.

In verband met bovenstaande doorbelasting teren de projecten logischerwijs juist meer in op de nog te besteden projectsubsidies dan vooraf ingecalculeerd.

De afdeling Partners & Producten sluit 2011, vóór dotatie aan de continuïteitsreserve, break-even af. Dit is conform de begroting 2011.

Een uitgebreide toelichting op en verantwoording van de inkomsten en uitgaven is opgenomen in de jaarrekening 2011. Deze jaarrekening is te bekijken en te downloaden op www.mvonederland.nl.

10. Vooruitblik 2012

Wij verwachten dat het bedrijfsleven onverminderd aandacht blijft houden voor MVO. Steeds duidelijker wordt immers dat MVO de business case versterkt. Dat is goed nieuws. Gezien de enorme betekenis van sociale en milieuvraagstukken en de rol van bedrijven daarbij gaan wij er vanuit dat ook de overheid in de komende periode, ondanks de bezuinigingen en weliswaar selectiever, toch bij belangrijke MVO-thema's betrokken blijft. Immers, hoe meer bedrijven maatschappelijk verantwoord ondernemen hoe beter dat is voor de collectieve lasten en tal van overheidstaken. Daarmee is MVO niet alleen voor bedrijven een interessante business case; dat geldt even goed voor de overheid. MVO Nederland is als hybride organisatie in de afgelopen periode in staat gebleken publieke en private activiteiten op het gebied van MVO en duurzaamheid goed met elkaar te kunnen verbinden. Aldus kunnen wij zowel voor de samenleving (People en Planet) als voor bedrijven (Profit en continuïteit) een zo groot mogelijke impact bereiken. Zoals in het meerjarenbeleidsplan 2012-2015 is aangegeven zullen wij daar in de komende periode met kracht mee voortgaan.

Thematisch zullen wij in 2012 opnieuw veel aandacht besteden aan internationaal MVO, ketenverantwoordelijkheid en mensgericht ondernemen. Daarnaast stellen wij het onderwerp transparantie in onze activiteiten centraal, onder andere via een speciale tool voor onze partners. De basis van onze boodschap blijft dat wij MVO zien als een maatschappelijk gedreven concept waarmee ondernemingen via een zorgvuldige balans tussen People, Planet en Profit zowel hun business case kunnen versterken als bijdragen aan maatschappelijke doelen en verwachtingen. Het vernieuwde partnerschap, de MVO Nederland Academie en de werving van nieuwe partners moeten in 2012 de basis voor ons voortbestaan verder verstevigen.

Het jaar 2012 is het laatste jaar van onze basissubsidie. Hoewel hiervoor twee substantiële projectsubsidies in de plaats komen, vervalt hierdoor het fundament voor onze overheadkosten. Dat verhoogt de financiële onzekerheid van onze organisatie. Daarom zal in 2012 een risicomanagementsysteem worden geïntroduceerd. De kosten moeten vanaf 2013 volledig worden terugverdiend uit projectsubsidies en partner- en marktinkomsten. Onze tarieven worden daarom aangepast aan de nieuwe situatie. Voorts voorzien wij een voortgaande groei in het aantal aangesloten bedrijven die via een hogere contributie en de afname van onze kennis- en opleidingsdiensten voor een grotere private inkomstestroom zullen zorgen. In 2012 lopen veel grotere projecten af. Wij zijn op meerdere fronten in overleg om hiervoor weer nieuwe projecten aan te trekken. Vooral op het thema MVO en zaken doen in en met ontwikkelingslanden zien wij goede kansen voor nieuwe door de overheid gesteunde activiteiten. Daarnaast groeit het aantal speciale MVO-netwerken die door MVO Nederland worden ondersteund en gefaciliteerd. Ook uit die ontwikkeling verwachten wij extra inkomsten.

Door het vervallen van de basissubsidie wijzigt ook onze relatie met de rijksoverheid. MVO Nederland wordt zelfstandiger en minder onderhevig aan toezicht en goedkeuring vanuit de overheid. Inmiddels is overleg gestart om dat ook in onze statuten tot uitdrukking te brengen; voorts zal een governancecode worden opgesteld. Vanzelfsprekend blijven de subsidiebepalingen van kracht die erop gericht zijn dat MVO Nederland publiek toegankelijke kennis en informatie blijft verspreiden. Tot slot merken wij op dat MVO Nederland vanaf 2012 haar jaarverslag en haar maatschappelijk verslag zal samenvoegen in één integraal verslag waarin zowel over de financiën als over de activiteiten en onze maatschappelijke verantwoordelijkheid verantwoording wordt afgelegd.

Samenvattend zien wij in 2012 een voortzetting van de groei van de afgelopen jaren. Voor 2013 en daarna is onze toekomst minder gegarandeerd, maar zijn wij desalniettemin positief gestemd.

11. Over dit verslag

Met dit jaarverslag wil MVO Nederland al haar stakeholders informeren over haar activiteiten in 2011 en bestaat uit een jaaroverzicht en een financieel verslag. De belangrijkste stakeholders van MVO Nederland zijn:

- Partners van MVO Nederland
- Ondernemers in Nederland
- Subsidieverleners en projectfinanciers
- Maatschappelijke organisaties, kennisinstellingen en overige relaties
- Medewerkers, bestuur en Programmaraad van MVO Nederland

Door personele onderbezetting heeft MVO Nederland over 2011 geen geïntegreerd jaarverslag uit kunnen brengen. Het maatschappelijke verslag over 2010 en 2011 vindt u in een apart document.

12. Bijlagen

Bijlage I: Visie MVO Nederland op People

Duurzaam mensgericht ondernemen

1. Inleiding

Bij maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) neemt een bedrijf de verantwoordelijkheid voor de effecten van de bedrijfsactiviteiten op mens, milieu en bedrijfsvoering. Het bedrijf maakt bewuste keuzes om duurzaam waarde te creëren op gebied van People, Planet en Profit. Tussen deze drie factoren bestaat een sterke interactie en zij bieden elkaar wederzijds inspiratie. Ondernemers die maatschappelijk verantwoord ondernemen zoeken permanent naar een optimale balans tussen mens, milieu en winst.

Visie MVO Nederland: Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen is een permanent bewustwordings- en innovatieproces gericht op het versterken van het bedrijf en het oplossen van sociale en milieuvraagstukken.

Missie MVO Nederland: Maatschappelijk verantwoord ondernemen tot de gewoonste zaak van de wereld maken.

Over de visie op MVO en over wat bedrijven op dit terrein kunnen doen heeft MVO Nederland onder het motto 'be the change you want to see in business' een partnermanifest opgesteld. Dat manifest wordt ondertekend zodra bedrijven tot het MVO netwerk toetreden. Daarin staan ook enkele ambities met betrekking tot de P van People.

Bij het integraal opnemen van MVO in de bedrijfsvoering zijn mensen de cruciale factor. Een organisatie is niets meer dan een groep samenwerkende mensen; mensen binnen en mensen buiten het bedrijf. Vooruitstrevend beleid, regels en investeringen hebben pas effect als mensen ze toepassen en gebruiken.

Kader

De People agenda is een urgent en breed onderwerp dat we in deze notitie ingekaderd hebben. Centraal staat de werkende mens. In deze People agenda laten we twee belangrijke MVO onderwerpen buiten beschouwing:

De aard van het product of dienst van de onderneming (product landmijnen of verzekeraar met woekerpolissen)

De internationale component, onder meer kinderarbeid en arbeidsomstandigheden in de keten. Deze onderwerpen zijn reeds opgenomen in het Internationale Programma van MVO Nederland.

Belang van werk

Werk heeft een belangrijke positie in onze maatschappij. Het draagt bij aan alle behoeftes uit de piramide van Maslow, maar ook aan de vier aspecten van geluksbeleving (autonomie, betrokkenheid, competentie en zelfwaardering). Filosoof Alain de Botton onderzoekt in zijn boek 'Ode aan de arbeid' zelfs de opmerkelijke veronderstelling dat werk, naast liefde, de belangrijkste factor is die zin kan geven aan ons bestaan.

Het paradigma rondom werk is aan het schuiven, waardoor bedrijven voor nieuwe kansen en uitdagingen worden gesteld. De urgentie hiervan wordt toegelicht in paragraaf 5. MVO biedt hiervoor antwoorden en oplossingen.

2. Visie MVO Nederland op People

Duurzaam mensgericht ondernemen leidt tot persoonlijke ontwikkeling en werkgeluk. Persoonlijke ontwikkeling en werkgeluk verbeteren de marktpositie van bedrijven.

2.1 Persoonlijke ontwikkeling en werkgeluk

Persoonlijke ontwikkeling en werkgeluk ontstaan door op alle behoefteniveaus (van Maslow) het mensgericht ondernemen in te vullen:

Iedereen werkt

Werken is veilig, gezond en duurzaam

Werken doe je samen

Werken levert een bijdrage aan bedrijf en samenleving die wordt erkend en gewaardeerd

Werken leidt tot zingeving en ontwikkeling van mensen

2.2 Duurzaam mensgericht ondernemen

Duurzaam mensgericht ondernemen bestaat uit goed werkgeverschap, stimuleren goed werknemerschap, sociaal verantwoord inkopen, diversiteit, arbeidsparticipatie en maatschappelijk betrokken ondernemen.

Goed werkgeverschap uit zich in vier basis principes waar bedrijven verantwoordelijk voor zijn: werk is gezond, werk is plezierig, werk ontwikkelt en werk is zingevend.

Goed werknemerschap staat voor de verantwoordelijkheid van werknemers om positief bij te dragen aan de cultuur van het bedrijf, aan de fysieke omgeving (duurzaamheid) en aan het evenwicht tussen halen en brengen.

Sociaal verantwoord inkopen is het doorvertalen van de eigen normen voor duurzaam mensgericht ondernemen naar de inkoopafspraken met leveranciers.

Diversiteit is het streven om een personeelsbestand te hebben dat een afspiegeling is van de maatschappij op o.a. geslacht, leeftijd, etniciteit, cultuur, geloof, sexuele geaardheid, fysieke en psychische gesteldheid

Arbeidsparticipatie is het bieden van kansen aan mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Hierdoor krijgen mensen zonder werk een baan en mensen met werk onder hun niveau beter passend werk.

Maatschappelijk betrokken ondernemen is de vrijwillige investering van een bedrijf in zijn (directe) omgeving. Men investeert tijd, geld en middelen vanuit de wetenschap dat een vitale samenleving mede bepalend is voor zakelijk succes.

3. Missie MVO Nederland

Duurzaam mensgericht ondernemen verankeren in het DNA van bedrijven in Nederland.

4. Strategie MVO Nederland

MVO Nederland stimuleert, versterkt en verbindt bedrijven om duurzaam mensgericht te ondernemen.

Gezien de bewezen rol en de reeds aanwezige kennis en kanalen van MVO

Nederland op het gebied van MVO is MVO Nederland goed gepositioneerd om ook op het meer specifieke gebied van mensgericht ondernemen een

‘inspirerende aanjager en verbinder’ te zijn.

Stimuleren: MVO Nederland schudt bedrijven wakker door het tonen van kansen en bedreigingen in de arbeidsmarkt en zij enthousiasmeert bedrijven door het tonen van good, best en next practices.

Versterken: MVO Nederland is het oog van de storm op gebied van mensgericht ondernemen. Wij ontwikkelen, verzamelen, duiden en ontsluiten kennis en ervaring om bedrijven te ondersteunen in hun ontwikkeling tot mensgerichte ondernemingen.

Verbinden: MVO Nederland bouwt en faciliteert hét netwerk van ambitieuze mensen en bedrijven rondom mensgericht ondernemen.

Gebruik wat er is: Kennis en ervaring is al aanwezig, het dient alleen nog gevonden, samengevoegd, geduid en toegankelijk gemaakt te worden. Bestaande netwerken en verbanden waarin bedrijven georganiseerd zijn worden ingezet om bedrijven te bereiken (intermediairen als brancheorganisaties en KvK's; kennisnetwerken op dit terrein)

Micro oplossingen: In een pluriforme maatschappij die sterk geïndividualiseerd is, liggen de kansen en oplossingen op microniveau. Vele micro veranderingen leiden tot een beweging

Ontwikkel next practices: De reis is van groter belang dan de bestemming. Het stimuleren en initiëren van ontwikkelingen leidt tot next practices die aanspreken bij andere bedrijven.

Meerdere motieven: Mensgericht ondernemen kan op meerdere niveaus motivatie vinden. Het hoort, moet, loont en is leuk.

Coalities: MVO Nederland ontwikkelt samen met bedrijven, organisaties en instellingen nieuwe producten en diensten.

Het begint bij duurzaam leiderschap: In de ontwikkeling van mensgericht ondernemen zijn de leiders binnen een organisatie van cruciaal belang. Alleen als leiders veranderen en veranderingen faciliteren/stimuleren kan mensgericht ondernemen tot bloei komen. Duurzaam leiderschap is persoonlijk leiderschap en dat speelt dus op alle niveaus. Natuurlijk bij de directie, maar even goed bij middelmanagement en op het niveau van de individuele medewerker.

5. Ontwikkelingen rondom werk

Vergrijzing: de bevolking in Nederland (en West Europa) vergrijst. Het aantal ouderen in onze bevolking stijgt, waardoor onze gemiddelde leeftijd stijgt. Sinds het begin van 2010 krimpt onze beroepsbevolking i.p.v. de groei van de laatste eeuw. Gevolgen zijn meer zorglasten, meer AOW lasten, minder werkenden om de kosten te betalen.

Ontgroening: het geboortecijfer daalt waardoor het aantal jongeren in onze bevolking daalt. Gevolg is dat er jaarlijks minder instroom is op de arbeidsmarkt. Ongeveer de helft van de gemeenten in Nederland zal te maken krijgen met een krimp van de bevolking. Gevolg van deze ontgroening is onder meer de voorspelde War on talent.

Meer deeltijd; Jonge mensen (die gewild zijn op de arbeidsmarkt) kiezen meer voor deeltijdwerk aangezien ze in minder tijd voldoende kunnen verdienen. Naast

werk kiezen ze voor tijd voor gezin, vrije tijd, opleiding en vrijwilligerswerk. Gevolg is dat de toch al schaars wordende jonge generatie minder beschikbaar is.

Waarden veranderen: Werk en privé zijn niet langer gescheiden maar lopen qua tijd, plaats en sociale omgeving door elkaar. Een werkgever is allang niet meer voor het leven, maar mensen veranderen om de paar jaar van functie of werkgever. De Y-generatie (geboren tussen 1978 en 1994) wil in hun werk bijdragen aan een sterke maatschappij. De keuzefactoren voor een werkgever zijn totaal veranderd. Vrijheid, (sociale) netwerken en zingeving staan bovenaan het wensenlijstje. Geld en status zijn van minder belang of worden als vanzelfsprekend ervaren.

Kenniseconomie: De globalisering zorgt voor felle internationale concurrentie. Outsourcing van diensten (bijvoorbeeld callcenters en IT) zorgen voor een nog hogere druk op onze kwaliteiten op gebied van kennis, creativiteit en communicatie. Ontwikkeling van mensen en een leven lang leren, worden als een noodzaak gevoeld door politiek, wetenschap, bedrijven en werknemers. De cultuur en structuur om dit te faciliteren ontbreekt.

Internet en sociale netwerken: Nieuwe media maken het mogelijk voor individuen om snel veel mensen te bereiken. Zeker via sociale netwerken verspreiden positieve en negatieve ervaringen zich naar veel ontvangers. Ervaringen van mensen in je eigen netwerk hebben meer invloed op beslissingen dan advertenties en andere massa-mediale uitingen. Het imago van werkgevers wordt sterk beïnvloed door sollicitanten, medewerkers en oud-medewerkers.

Outsiders: Het contrast tussen werkenden en niet-werkenden wordt steeds groter. Het niet hebben van werk heeft een enorme impact op het leven en geluk van mensen. Werkgevers krijgen steeds meer verantwoordelijkheid en noodzaak om outsiders op te nemen in hun bedrijf. Dit vraagt nieuwe kennis en vaardigheden, maar ook cultuurveranderingen binnen bedrijven.

Pluriforme samenleving: Nederland is een pluriform land met vele culturen, geloven, levenswijzen en waarden. Werknemers nemen hun eigen overtuigingen en waarden mee naar hun werk. De kansen en uitdagingen die in de maatschappij ontstaan, zijn ook aanwezig in bedrijven.

Bijlage II: People Programma: publicaties, lezingen en workshops

Publicaties waar het People Programma van MVO Nederland aan bij heeft gedragen:

Lezingen en workshops waar het People Programma van MVO Nederland aan bij heeft gedragen:

Organisatie	Titel / onderwerp	Aantal deelnemers
Hago kennisdag	twee workshops over duurzaamleiderschap	30
Arnhemse ondernemersclub		20
Rotary Arnhem	presentatie over mensgericht ondernemen	20
Personeel en Arbeid congres van de NVP en Hogeschool Utrecht	Keynote over mensgericht ondernemen	100
Gezamenlijk seminar met NCSI	verankering MVO	40
Try-out voor de MVO Nederland Academie Rotterdamse Werktop	Workshop het nieuwe werken	
	twee workshops over duurzaamleiderschap	50
MVO Tafel	samenwerking met SW-bedrijven	15
Facility Management Nederland	De gelukkige medewerker - een toekomstverkenning	30
Cedris en OSB	Congres Samenwerken aan schone partnership	40
Vrije Universiteit	Het Nieuwe Ondernemen	100
Ecolab	Duurzaamheidsevent	55
Uitgeverij Weka	Debat Het Nieuwe Werken 'The Next Step'	
Werkgevers Advies Punt Rivierenland	Lezing over het nieuwe werken bij Ondernemersbijeenkomst Zaltbommel	30
Permar Ede	Lezing over People factor van MVO	25
Werkgevers Advies Punt Rivierenland	Lezing over het nieuwe werken bij Ondernemersbijeenkomst Tiel	40
NVP Overijssel	Lezing over People factor van MVO	60
Nationaal Sustainability Congres	Themasessie Duurzaam leiderschap	100
Bestuurdersdag Uneto VNI	Lezing Sociale Innovatie	100
Nevi en AkzoNobel	International Supply Management Congres - Social Sourcing	20

Bijlage III: Overzicht van voortgang in branches

- +: de branchevereniging heeft zich die fase van de MVO-beleidscyclus eigen gemaakt.
- +/-: de branchevereniging heeft zich die fase van de MVO-beleidscyclus deels eigen gemaakt.
- -: de branchevereniging heeft zich die fase van de MVO-beleidscyclus (nog) niet eigen gemaakt.


Brancheorganisaties	Kennismaking MVO	Draagvlak creatie	Beleids vorming	Implem entatie	Monitoring /Evaluatie
MODINT	+	+	+	+	+/-
ANVR					
Tuinbranche Nederland	+	+	+	-	+/-
CBW-MITEX	+	+	+	+/-	-
OSB	+	+	+	+/-	+/-
AWCN					
Koninklijke VVNH					
VBZ	+	+/-	+	+	+/-
UNETO-VNI	+	+	+	+	+/-
Professionele Project Verhuizers	+	+	+	+/-	-
Koninklijke Notariële Beroepsorganisatie	+/-	+/-	-	-	-
NOvAA= NBA	+/-	+/-	-	-	-
NRK	+	+	+	+	-
FOSAG	+	+	+/-	+/-	-
VFI, brancheorganisatie van goede doelen	+/-	+/-	+/-	+/-	-
KVGO	+	+	+	+/-	-
Bouwend Nederland	+	+	+/-	+/-	-
Stichting Groenkeur					
VOBN / Gietbouwcentrum	+	+	+/-	-	-
Vereniging van Evenementen Makers (V.V.E.M.)	+	+	+/-	+/-	-
VERAS	+/-	+	-	+/-	-
Aannemersfederatie Nederland Bouw & Infra	+	+/-	+/-	+/-	-
Federatie Goud en Zilver	+/-	+/-	-	-	-
BRBS Recycling	+/-	+/-	+/-	+/-	-
Koninklijke Metaalunie	+	+/-	-	-	-
NLingenieurs Vereniging	+	+	+/-	+/-	-
Grootwinkelbedrijven in Textiel (VGT)	+	+	+	+	+/-
Platform Promotional Products	+	+/-	-	+/-	-
Koninklijke Nederlandse Slagers	+	+	+	+/-	-

Organisatie					
Dibevo	+/-	+/-	-	-	-
Hoofdbedrijfschap Detailhandel	+	+/-	+/-	+/-	-
NeVaP (Nederlands Vastgoedexploitatie Platform)	+/-	+/-	-	-	-
Dutch Produce Association (DPA)	+/-	-	-	-	-
COV - Centrale Organisatie voor de Vleessector	+/-	+/-	+	+/-	-
Vereniging Gebra Nederlandse	+/-	-	-	-	-
Vereniging van Gevolmachtigde Assurantiebedrijven Vereniging	+	+/-	+/-	-	-
Duurzame Boomkwekers Nederland (DBN)	+/-	+/-	+	+/-	-
VMRG (Vereniging Metalen Ramen en Gevelbranche)	+	+/-	+/-	+/-	-
Transport en Logistiek Nederland	+	+	+	+	+/-
Vereniging van Keurslagers	+	+/-	+	+/-	-
Nationale Coöperatieve Raad voor land- & tuinbouw	+	+/-	+/-	-	-
Vereniging FME-CWM	+	+/-	+/-	+	-
NVLG	+	+	+	+/-	-
VHG	+	+	+/-	+/-	-
RAI Vereniging Branchevereniging	+	+/-	+/-	-	-
Kringloopbedrijven Nederland	+	+/-	-	+/-	-
EFSA European Floral and Lifestyle Products Suppliers Association	+	+	+/-	+/-	-
Office World	+	+/-	-	+/-	-
Vastgoedmanagemen t Nederland (VGM NL)	+	+/-	+/-	-	-
Fenedex	+/-	-	-	-	-
Vakcentrum Levensmiddelen Bond van	+/-	+/-	+/-	+	-
Fabrikanten van Betonproducten in Nederland (BFBN)	+/-	+/-	+/-	+/-	-
Centrale Bond van Meubelfabrikanten (CBM)	+	+	+/-	+/-	-
Cedris	+	+	+/-	+/-	-
Nederlands Agrarisch Jongeren Kontakt	+/-	+/-	+/-	-	-

Bijlage IV: MVO dynamiek in brancheverenigingen

Deze bijlage bevat een beknopt overzicht van de stappen die de bij MVO Nederland aangesloten brancheverenigingen en beroepsorganisaties in 2011 hebben genomen om maatschappelijk verantwoord ondernemen te stimuleren bij hun leden (ondernemers).

Steeds meer brancheverenigingen en beroepsorganisaties zetten zich actief in voor het stimuleren van MVO. Na een eerste periode van kennismaking zetten zij stappen om MVO te integreren in het productaanbod naar hun leden. Als resultaat hiervan wordt een brede stroming van ondernemers die met MVO aan de slag gaan zichtbaar in het bedrijfsleven.

	
AFN (Aannemersfederatie Nederland)	
Aantal leden: 1800	
Betrokken sinds: februari 2010	
Activiteiten en resultaten:	
De MVO-aanpak van AFN gaat over ketensamenwerking en duurzaamheid. Onder duurzaamheid verstaan zij	
Mensen/sociale innovatie	
TCO/kwaliteit/levensduur	
Omgevingsmanagement	
Ondersteuning samenleving	
Communicatie met opdrachtgevers	
AFN zal een onderzoeksvorstel indienen over klimaatverandering in de aannemerij: welke gevolgen hebben extreme hitte en koude voor de bouw.	
AFN gaat aan de slag met gebiedsontwikkeling en energiebesparing en zet hierbij in op project overstijgende samenwerking in het bouwproces.	
Met de organisatie van regionale workshops in 2011 helpt AFN leden van onderliggende brancheverenigingen concreet met MVO aan de slag te gaan.	
AFN is deelnemer in het centraalteam doorontwikkeling duurzaam inkopen.	
Van januari t/m april 2012 werken de brancheorganisaties Bovatin, MKB Infra, NVBU en VWN (inmiddels leden van AFN) aan duurzaamheidsdoelstellingen.	



ABN (Algemene Nederlandse Bond van Natuursteenbedrijven)

Aantal leden: 180

Betrokken sinds: mei 2006

Activiteiten en resultaten:

ABN neemt deel aan het IDH-programma Natuursteen, waarbinnen een Europees Ecolabel voor duurzame natuursteen wordt ontwikkeld.

ABN neemt MVO mee in haar communicatie richting leden via de website, nieuwsberichten en vakbladen.

Het keurmerk Natuursteen wordt uitgebreid met MVO-criteria.

ABN spant zich in om ook partijen in de natuursteenketen te stimuleren om MVO-criteria mee te nemen.



ANVR (Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen)

Aantal leden: 2000

Betrokken sinds: februari 2006

Activiteiten en resultaten:

ANVR wil zich, samen met haar leden, richten op MVO in het algemeen en Duurzaam Toeristisch Ondernemen (DTO) in het bijzonder.

ANVR werkt binnen het IDH samen aan de verduurzaming van toeristische bestemmingen in Tanzania, Kenia, Turkije, Egypte, Thailand en Brazilië.

ANVR en haar leden hanteren sinds 2003 een systeem dat zich richt op DTO in de gehele keten (vervoer, verblijf, vermaak).



BFBN (Bond van Fabrikanten van Betonproducten in Nederland)

Aantal leden: 80

Betrokken sinds: oktober 2011

Activiteiten en resultaten:

BFBN is deelnemer aan het netwerk beton van MVO Nederland.



BKN (Branchevereniging Kringloopbedrijven)

Aantal leden: 60 leden, circa 180 winkels

Betrokken sinds: april 2011

Activiteiten en resultaten:

Bij de kringloopwinkels staat vanzelfsprekend het hergebruik van producten centraal, zo leveren zij een belangrijke bijdrage aan het terugdringen van afval. Daarnaast beschouwen de bij de BKN aangesloten bedrijven het sociaal ondernemerschap als wezenlijk onderdeel van hun taak.

Gekeken wordt in hoeverre het beleid van de BKN en haar leden kan worden gekoppeld in een MVO beleidsplan.

De BKN neemt in 2012 deel aan de MVO Expeditie Beleidsplannen voor brancheorganisaties.



Bouwend Nederland (Vereniging van Bouw- en Infrabedrijven)

Aantal leden: 5000

Betrokken sinds: oktober 2005

Activiteiten en resultaten:

Bouwend Nederland heeft aan de wieg gestaan van de duurzaamheidsverklaring die de zeven grootste bouwbedrijven in februari 2008 hebben ondertekend (de Leidende Principes). In deze verklaring onderkennen zij het belang van MVO en kondigen aan concrete stappen te zetten om met opdrachtgevers en onderaannemers op een duurzame manier samen te gaan werken.

Bouwend Nederland heeft een dossier over MVO geplaatst op haar website en eerder verscheen een brochure over MVO in de bouw.

Bouwend Nederland zet zich in voor duurzaam aanbesteden.

In 2010 organiseerden ING Bank, Bouwend Nederland, UNETO-VNI, de Koninklijke Hibin en MVO Nederland tien regionale bijeenkomsten over MVO voor alle partijen in het bouwproces.

Bouwend Nederland heeft een beleidsadviescommissie duurzaamheid opgericht. Deelnemers zijn onder andere grote aannemers.

Bouwend Nederland is deelnemer in het centraal team doorontwikkeling duurzaam inkopen.



BRBS Recycling

Branchevereniging breken en recyclen

Aantal leden: 80

Betrokken sinds: juli 2010

Activiteiten en resultaten:

BRBS Recycling heeft een MVO-adviesgroep opgezet die bezig is met beleidsontwikkeling.

BRBS Recycling is deelnemer aan het netwerk beton van MVO Nederland.



CBM (Centrale Bond van Meubelfabrikanten))

Aantal leden: 550

Betrokken sinds: maart 2011

Activiteiten en resultaten:

CBM organiseerde in juni 2011 een workshop over MVO voor leden.

In het najaar is een MVO-special uitgegeven van het brancheblad.

De ledendag in december 2011 stond helemaal in het teken van MVO. Toen werd het manifest met MVO Nederland ondertekend.



cbw•mitex

CBW-MITEX (Ondernemersorganisatie voor de wonen-, mode-,schoenen- en sportdetailhandel)

Aantal leden: 7500

Betrokken sinds: juli 2006

Activiteiten en resultaten:

CBW Mitex heeft een praktijkboek voor de kledingdetailhandel ontwikkeld. Hiermee kunnen ondernemers MVO oppakken in hun winkel.

CBW Mitex heeft een onderzoek laten uitvoeren naar de stand van zaken op het gebied van MVO in de mode-, schoenen-, en sportdetailhandel. Sinds de zomer van 2010 lijkt de kledingbranche meer bezig te zijn met MVO.

CBW Mitex bouwt een nieuw kantoorpand waarbij veel aandacht is voor duurzaamheid.

Heeft met MODINT samen een duurzaamheidsfactsheet retail (milieuaangelegenheden) geschreven.

Wil graag met de MVO Nederland academie opleidingen aanbieden.

Nauwe samenwerking met Modint en, sinds 2011, de VGT bij uiteenlopende communicatieactiviteiten, waarbij aandacht wordt besteed aan internationale aspecten.

In 2011 hebben de drie verenigingen samen voor het eerst gezamenlijk het congres 'Groen is de rode draad' georganiseerd, dat in de komende jaren herhaald zal worden.



CEDRIS (Brancheorganisatie voor sociale werkgelegenheid &

arbeidsintegratie)

Aantal leden: 100

Betrokken sinds: december 2010

Activiteiten en resultaten:

Brancheorganisatie Cedris heeft tot doel de re-integratie van mensen met een grote afstand tot de arbeidsmarkt en is dus sterk gericht op de people-kant van MVO.

Het bestuur van Cedris wil MVO ook als geheel binnen de branche op de kaart zetten.

Cedris neemt in 2011/2012 deel aan de MVO Expeditie Beleidsplannen voor brancheorganisaties.

Gezien de ontwikkelingen in en kabinetsplannen voor deze sector staan de activiteiten van Cedris en haar leden sterk onder druk.



cementenbeton.nl

Cement- en Beton Centrum

Aantal leden: 5

Betrokken sinds: oktober 2010

Activiteiten en resultaten:

Het Cement- en Betoncentrum is deelnemer aan het MVO Netwerk Beton.

COV (Centrale Organisatie voor de Vleessector)

Aantal leden: 150

Betrokken sinds: februari 2011

Activiteiten en resultaten:

De organisatie ontplooit diverse activiteiten op het gebied van duurzaamheid, onder meer een Routekaart voor de vleessector samen met Nepluvi, VNV, KNS en AKSV.

COV neemt deel aan diverse convenanten: Convenant Meerjarenaafpraak energie-efficiëntie (MJA-3), Convenant Marktontwikkeling Verduurzaming Dierlijke Producten (Tussensegmenten), Convenant antibioticaresistentie dierhouderij.

COV heeft een collectieve visie ontwikkeld op de thema's voedselveiligheid, dierenwelzijn, (dier)gezondheid, milieu en arbeid.

COV is begin 2011 partner geworden van MVO Nederland en bezocht de Meet & Greet bijeenkomst voor nieuwe partners, waar zij adviesgesprek over MVO in de vleessector aangingen.

COV nam deel aan de Intervisiebijeenkomst over duurzaam inkopen (mei 2011).

COV neemt deel aan de MVO Expeditie 'Ontwikkeling MVO-beleidsplannen voor brancheverenigingen' die in juni 2011 van start ging. Doelstelling van de werkgroep is dat elke deelnemende branchevereniging, samen met de achterban, voor de zomer van 2012 een eigen, branche specifiek beleidsplan heeft ontwikkeld.



DBN (Duurzame Boomkwekers Nederland)

Aantal leden: 50

Betrokken sinds: februari 2011

Activiteiten en resultaten:

De leden telen duurzame boomkwekerijproducten onder het productcertificaat Milieukeur.

De leden wisselen kennis en ervaringen uit op het vlak van duurzame boomkwekerij (o.a. via studiekringen).

De vereniging informeert klanten en stakeholders over duurzame boomkwekerij.

De vereniging is het project 'Duurzaam ondernemen in de boomkwekerij II' gestart (2010/2011), gericht op het implementeren van duurzaamheid en internationale afzet van duurzame boomkwekerijproducten.

DBN werd begin 2011 partner van MVO Nederland.

DBN organiseerde in februari 2011 het Congres 'Werken aan duurzame groenketens', met Willem Lageweg als key-note speaker. Daar werd het manifest van MVO Nederland ondertekend.

DBN nam deel aan consultatieronde MVO Nederland in het adviestraject over duurzaam inkopen van de overheid.

DBN nam deel aan diverse intervisiebijeenkomsten, waaronder de Intervisiebijeenkomst over duurzaam inkopen (mei 2011).



Dibevo (Brancheorganisatie voor ondernemers in de gezelschapsdierensector)

Aantal leden: 1600

Betrokken sinds: september 2010

Activiteiten en resultaten:

Dibevo is eind 2010 partner geworden van MVO Nederland.

MVO is tot speerpunt benoemd door het bestuur van Dibevo.

Dibevo neemt deel aan de MVO Expeditie Beleidsplannen voor brancheorganisaties.

In het Dibevo-vakblad wordt regelmatig aandacht besteed aan MVO.

In 2012 zal het branchebeleid worden vastgesteld en zullen de eerste ledenactiviteiten worden gestart.



DPA (Dutch Produce Association is de sectorvereniging van de afzetorganisaties voor groenten, fruit en paddenstoelen in Nederland)

Aantal leden: 12

Betrokken sinds: februari 2011

Activiteiten en resultaten:

DPA is begin 2011 partner geworden van MVO Nederland.

Eind 2011 zijn DPA en MVO gestart met de voorbereidingen voor een MVO-bijeenkomst voor de leden van de organisatie.



EFSA (European Floral and Lifestyle Suppliers Association)

Aantal leden: 31 (in Europa)

Betrokken sinds: juli 2010

Het bestuur van EFSA heeft eind 2010 besloten MVO tot speerpunt te benoemen en is in 2011 partner geworden van MVO Nederland.

Omdat EFSA een Europese branchevereniging is, ligt de nadruk op de ontwikkeling van een gezamenlijke Code of Conduct voor de inkoopactiviteiten in Azië. Hiermee is in 2011 gestart.

De leden van EFSA hebben eind 2011 tijdens de ALV onder leiding van MVO Nederland de ketensimulator gespeeld.



Fenedex (Vereniging van Nederlandse Exporteurs)

Aantal leden: 1150

Betrokken sinds: 2011

Activiteiten en resultaten:

Fenedex is eind 2011 partner geworden van MVO Nederland.

In het ledenblad van Fenedex is in 2011 al regelmatig aandacht besteed aan het onderwerp MVO.

Fenedex gaat in 2012 deelnemen aan de tweede MVO Expeditie Beleidsplannen voor brancheorganisaties.

In 2012 worden met MVO Nederland gezamenlijk diverse bewustwordingsactiviteiten gestart.

FGZ (Federatie Goud en Zilver)

Aantal leden: 3 brancheverenigingen

Betrokken sinds: september 2010

Activiteiten en resultaten:

De film 'Blood diamond' uit 2006 zorgde in de branche voor de eerste opschudding met betrekking tot MVO. Op het moment dat de film uitkwam bestond het Kimberley Proces certificatiesysteem al en werd er in de branche al (uitsluitend?) gecertificeerde diamanten gewerkt. Inmiddels werkt de branche nauw samen met Solidaridad voor verduurzaming van de goudketen. Het is een goedlopend traject waarin kleine stapjes worden gezet. Overigens is 80 procent van het goud dat in omloop is gerecycled en zo oud dat niet meer valt te achterhalen waar het oorspronkelijk vandaan kwam. Nieuw gewonnen goud komt voor het grootste deel in baren goud terecht.

In 2011 is een ledenbijeenkomst georganiseerd over het project met Solidaridad en is in het Vakblad Edelmetaal een serie artikelen gewijd aan MVO, over goud, maar ook over energiebesparing in de winkel.

De FGZ is niet actief binnen het Brancheprogramma. Stapjes worden gezet via Solidaridad, maar de organisatie kampt met personeelstekorten en verwacht zeker in de eerste helft van 2012 niet actief iets aan MVO te doen.

FME CWM (Ondernemersorganisatie voor de technologisch-industriële sector)

Aantal leden: 2600

Betrokken sinds: november 2006

Activiteiten en resultaten:

FME CWM heeft een platform opgericht waarin duurzame innovaties in de techniek worden gebundeld. www.1001klimaatoplossingen.nl

FME CWM is een belangrijke gesprekspartner voor verschillende projecten van MVO Nederland, bijvoorbeeld op het gebied van ketenverantwoordelijkheid.

FME CWM heeft een MVO-foto van de branche gemaakt.

Aan de hand van zes thema's heeft FME CWM handige instrumenten en checklists verzameld die ondernemers kunnen gebruiken bij het ontwikkelen en invoeren van duurzame inzetbaarheid in de organisatie. Ook in de CAO Metalektro is duurzame inzetbaarheid opgenomen.

Het MVO-beleid van FME CWM voor de komende jaren kent vier facetten: Zelf het goede voorbeeld geven; I(internationaal)MVO op de kaart zetten; rapporteren; informeren, enthousiasmeren en adviseren van leden.

FME is betrokken bij het materiaalketenproject Metalen van MVO NL.

Er zijn plannen voor het gezamenlijk organiseren van workshops voor FME-leden, bijvoorbeeld over grondstoffenschaarste en ketenverantwoordelijkheid.



FNL I

De Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie (FNL I) is de koepelorganisatie van bedrijven en brancheorganisaties in de Nederlandse levensmiddelenindustrie (food en non-food)

www.fnli.nl

info@fnli.nl

100 bedrijven, 20 brancheorganisaties

Betrokken sinds: augustus 2008. In oktober 2010 ondertekenden FNL I en MVO Nederland een samenwerkingsovereenkomst.

FNL I neemt deel aan diverse convenanten op gezondheid en duurzaamheid (ondermeer Convenant Gezond Gewicht en Platform Verduurzaming Voedsel).

Bezoekt regelmatig intervisiebijeenkomsten van MVO Nederland.



FOSAG (Ondernemersorganisatie schilders-, onderhouds-, metaalconserverings-, en glasbranche)

Aantal leden: 3000

Betrokken sinds: maart 2007

Activiteiten en resultaten:

FOSAG heeft in 2008 een MVO checklist ontwikkeld en toegepast bij een aantal bedrijven.

In november 2008 is een minispecial uitgebracht, waarin deze bedrijven zijn gepresenteerd om als voorbeeld te dienen voor de rest van de branche.

FOSAG heeft een tool ontwikkeld, waarmee bedrijven hun eigen MVO-gedragscode kunnen opstellen.

FOSAG heeft ook in 2009 op haar leden-dag aandacht besteed aan MVO.

In april 2010 is een convenant gesloten met VNG om leerwerkplekken voor jongeren te creëren.

FOSAG heeft van oktober 2010 t/m maart 2011 tien bedrijven met workshops en adviezen geholpen bij het opstarten van MVO in hun eigen organisatie.

FOSAG wil haar MVO toolkit uitbreiden en verbeteren en een definitie MVO voor schilders en de onderhoudsketen ontwikkelen.



Gebra (Branchevereniging voor de detailhandel in de gemengde branche en speelgoed)

Aantal leden: 810

Betrokken sinds: maart 2011

Activiteiten en resultaten:

Gebra is in maart 2011 partner geworden van MVO Nederland.

MVO is tot speerpunt benoemd in het beleid van de vereniging.

Eerste activiteit is een ledenenquête over MVO (0-meting).

Gebra neemt deel aan de MVO Expeditie Beleidsplannen voor brancheorganisaties.



HBD (Hoofdbedrijfschap Detailhandel)

Aantal leden: 120.000

Betrokken sinds: september 2010

Het HBD is een publiekrechtelijke bedrijfsorganisatie (pbo) die de detaillist ondersteunt bij zijn of haar ondernemersactiviteiten. Het bestuur bestaat uit vertegenwoordigers van werkgevers en werknemers in de detailhandel.

Het HBD ondersteunt branches in de detailhandel bij het ontwikkelen van MVO beleid en -tools.

De website van het HBD biedt (sinds 2008) een tool met MVO tips op maat voor ondernemers in de detailhandel.

Het HBD is begin 2011 partner geworden van MVO Nederland. Het beleidsplan voor MVO is goedgekeurd en in 2011 wordt een 0-meting over MVO uitgevoerd in de Nederlandse detailhandel.

Het kabinet heeft in 2010 besloten het stelsel van de pbo's in de huidige vorm op te heffen. Onduidelijk is nog wat de gevolgen van deze wijziging zullen zijn voor het HBD.



KNB (Koninklijke Notariële Beroepsorganisatie)

Aantal leden: 1500

Betrokken sinds: november 2009

In 2009 is KNB van start gegaan met MVO. Het eerste onderdeel van de aanpak is het intern vormgeven aan MVO.

In december heeft MVO Nederland in samenwerking met KNB een brainstorm georganiseerd over MVO en publiekrechtelijke beroepsorganisaties.

De activiteiten van de KNB op het gebied van MVO zijn vooral gericht op het bureau en niet zozeer op de leden.



KNS (Koninklijke Nederlandse Slagersorganisatie)

Aantal leden: 1700

Betrokken sinds: november 2010

Activiteiten en resultaten:

Eind 2010 is de KNS partner geworden van MVO Nederland.

KNS heeft de Barometer Duurzame Slager ontwikkeld, i.s.m. Stichting Milieukeur.

De organisatie heeft de brochure 'Op weg naar de duurzame slager', inclusief duurzaamheidstest uitgebracht.

Op de website wordt een aantal praktijkvoorbeelden van duurzame lidbedrijven beschreven.

Nam deel aan de brainstorm over duurzame vleesproducten die MVO Nederland organiseerde in samenwerking met de ministeries I&M en EL&I (april 2011).



KVGO (Ondernemersorganisatie voor de grafi-mediabranche)

Aantal leden: 1700

Betrokken sinds: maart 2007

Activiteiten en resultaten:

KVGO-leden die hun elektriciteit en gas afnemen van de Stichting Energie Inkoop draaien volledig op groene stroom.

Het jaarverslag 2008 stond in het teken van duurzaamheid.

KVGO is betrokken bij de oprichting van meer dan tien regionale milieucirkels.

KVGO heeft een inventarisatie over MVO bij haar leden uitgevoerd en op basis daarvan een nieuwe MVO-visie ontwikkeld waarop het MVO-beleidsplan afgestemd wordt.

KVGO wil de beschikbare kennis van de duurzaamheidskringen uitbouwen naar intersectorale duurzaamheidskringen over onder andere gebouwen, facilitair management en vervoer.



Koninklijke Metaalunie (Ondernemersorganisatie voor het MKB in de metaal)

Aantal leden: 13000

Betrokken sinds: oktober 2008

Activiteiten en resultaten:

Koninklijke Metaalunie heeft samen met het Adviescentrum Metaal een project opgezet om bedrijven te helpen bij het implementeren van duurzaam ondernemen.

Koninklijke Metaalunie heeft een branchecampagne over energiebesparing uitgevoerd.

In april 2009 loofde Koninklijke Metaalunie de ECO-Economy Award uit aan het bedrijf dat zich het beste onderscheidt door winst te maken dankzij een investering in duurzaam ondernemen. De tien beste inzendingen ontvingen een gratis advies op het gebied van duurzaam ondernemen.

In 2009 heeft Koninklijke Metaalunie een onderzoek uit laten voeren naar de status van duurzaam ondernemen in het MKB metaal versus het MKB industrie.

In september 2009 gaf Metaalunie een duurzame lunch op de vakbeurs TIV in

Hardenberg.

Koninklijke Metaalunie is bezig met het ontwikkelen van de digitale Metaalunie MVO-monitor die sinds juni 2011 beschikbaar is. De digitale MVO-monitor is het product van het nieuwe Metaalunie-project 'Duurzame toekomst MKB-metaal'. In de eerste fase van dit project is een drietal studies uitgevoerd naar duurzaam inkopen, cradle-to-cradle en ISO 26000.



MODINT (Ondernemersorganisatie voor mode, interieur, tapijt en textiel)

Aantal leden: 800

Betrokken sinds: december 2005

Activiteiten en resultaten:

MODINT is al geruime tijd bezig met MVO, met name op het gebied van arbeidsomstandigheden en logistiek.

Samen met CBW-Mitex, VGT, Made By, CREM en Solidaridad heeft Modint eind 2010 tevens een serie *fact sheets* en andere producten ontwikkeld over de 'planet-kant' van MVO in de mode en kleding.

Binnen MODINT is een werkgroep duurzaamheid en MVO opgezet.

Modint biedt leden persoonlijke ondersteuning op het gebied van MVO.

Modint heeft zitting in het bestuur van de Fair Wear Foundation.

Modint werkt mee aan het Internationaal Brancheprogramma van MVO NL, onder meer door feedback te vragen op hun communicatiematerialen (website & fact sheets). En door deel te nemen aan workshops en andere bijeenkomsten.

In 2011 is de samenwerking tussen MODINT, CBW-MITEX en de VGT geïntensiveerd. Gezamenlijk wordt gewerkt aan verdere verduurzaming van de keten en worden communicatieactiviteiten versterkt.

In 2011 hebben de drie organisaties voor het eerst een gezamenlijk congres georganiseerd 'Groen is de rode draad' over MVO in de modeketen.



NAJK



Het Nederlands Agrarisch Jongeren Kontakt is de belangenvereniging voor agrarische jongeren.

9.000 leden

www.najk.nl

info@najk.nl

Betrokken sinds: maart 2011

NAJK heeft op landelijk en regionaal gebied de laatste jaren diverse activiteiten ondernomen om de achterban te stimuleren om duurzamer te gaan ondernemen. De simulatiegame 'Remmen met gassen' voor de reductie van overige broeikasgassen en het project Goed Bezig van de Brabantse divisie van de NAJK (BAJK) zijn mooie voorbeelden.

MVO is de komende jaren speerpunt voor de vereniging.



NCR (Nationale Coöperatieve Raad voor land- en tuinbouw)

Aantal leden: 50

Betrokken sinds: april 2010, vanaf begin 2011 partner van MVO Nederland

Activiteiten en resultaten:

NCR nam in 2011 een paragraaf over MVO op in haar gedragscode en besteedde in haar magazine veel aandacht aan MVO, onder meer via artikelen en columns van MVO Nederland.

NCR nam in 2011 deel aan de MVO Expeditie Beleidsplannen voor brancheorganisaties.



NeVaP (Nederlands Vastgoedexploitatie Platform)

Aantal leden: 200

Betrokken sinds: februari 2011

Activiteiten en resultaten:

Met het partnerschap van MVO Nederland wil NeVaP haar leden zo optimaal mogelijk informeren en attenderen op MVO-ontwikkelingen- en activiteiten. Ook de kennisuitwisseling tussen de diverse partners van MVO Nederland ziet NeVaP als een meerwaarde.

NLingenieurs (Branchevereniging van advies-, management- en ingenieursbureaus)

Aantal leden: 150

Betrokken sinds: januari 2009

Activiteiten en resultaten:

De gedragscode van NLingenieurs is medio 2010 aangevuld met onder andere MVO-codes.

Oprichting van Expertnetwerk MVO in 2010.

Oprichting "BV Nederland krijgt nieuwe energie".

In 2010 is in diverse bijeenkomsten aandacht besteed aan het nieuwe werken.

NLingenieurs voert jaarlijks in februari een enquête uit over MVO onder de aangesloten bureaus, voor het eerst in 2009.

De leden-dag in januari 2011 stond in het teken van MVO. Toen is het manifest met MVO Nederland getekend.

In 2011 organiseerde NLingenieurs een bijeenkomst over MVO voor het MKB.

Extra aandacht in communicatiemiddelen voor koplopers op het gebied van MVO.

NLingenieurs is deelnemer in het centraalteam doorontwikkeling duurzaam inkopen.

NLingenieurs is betrokken bij de CO2-prestatieladder, onder andere bij het ontwikkelen van een branchegerichte toelichting en zitting in de Raad van Deskundigen.

Meningsuiting over MVO-onderwerpen in diverse media.

NLingenieurs wil in 2012 nieuwe business concepten creëren en de profit-kant van de drie P's doorzetten in de business agenda: "Ingenieur zoekt....."; zij zullen kijken naar kwaliteits- en prestatie metingen en een keurmerk ontwikkelen met de ingrediënten personen, processen, bedrijven

NBA (Nederlandse Beroepsorganisatie van Accountants)

Aantal leden: 20.000

Betrokken sinds: juni 2006

Activiteiten en resultaten:

De NOvAA, één van de rechtsvoorgangers van de NBA is sinds 2006 betrokken bij het Brancheprogramma van MVO Nederland.

De NOvAA heeft in samenwerking met de Rabobank en MVO Nederland twee MVO-brochures uitgebracht. Eén over MVO op accountantskantoren en één over het stimuleren van MVO bij de MKB-klanten van de accountant. Alle 6500 leden ontvangen deze brochures.

Eind 2010 zijn de NOvAA en het Nivra samengegaan in de NBA.

In het najaar van 2010 is tijdens de accountantsdag op verschillende plekken aandacht besteed aan MVO.

Tevens zijn samen met MVO Nederland drie workshops gegeven over MVO aan jonge accountants op het AA-link evenement.

De NBA Ledenvergadering van 2011 stond in het teken van MVO.

In 2011 en 2012 wordt gewerkt aan een toolkit die MKB Accountants moet ondersteunen bij de advisering van hun klanten (MKB-bedrijven) over het (starten met) maatschappelijk verantwoord ondernemen.



Federatie NRK



NRK (De Nederlandse Rubber-, Lijm- en Kunststofindustrie)

Aantal leden: 670

Betrokken sinds: mei 2006

Activiteiten en resultaten:

De NRK heeft vier P's: People, Planet, Profit en Polymeer. Onder Polymeer is innovatie en R&D gebundeld. De rubber-, lijm- en kunststofproducten maken deel uit van maatschappelijke oplossingen.

De NRK hanteert het motto "plannen maken, en projecten doen". Zo wordt beleid vertaald in concrete acties gericht op duurzaam ondernemen en wordt er bijvoorbeeld geïnvesteerd in het verlagen van eigen energie- en milieubelasting, maar ook in goede arbeidsomstandigheden.

Daarnaast is de NRK actief op het gebied van duurzame beleidsvorming in Nederland en Europa. Voorbeelden van maatschappelijke contracten met de overheid en partners die de NRK heeft afgesloten, zijn gericht op energiebesparing (MJA3), milieu (Integrale Milieutaakstelling, Samenwerken op Maat), arbo (branche RI&E en arbocatalogi), arbeidsvoorwaarden (branche CAO kunststof- en rubberindustrie), ecodesign (www.innoveermetpolymeer.nl en www.kunststofnet.nl) en het opstellen van de criteria voor duurzaam inkopen.

De NRK heeft in 2009 een MVO-scan ontwikkeld.

NRK heeft een nieuw beleidsplan opgesteld en is bezig met de volgende thema's: gebruiksfase van een project, biobased grondstoffen, recycling en innovatie/duurzaamheid.

NRK organiseert in 2011 een viertal workshops voor bedrijven over MVO en energiebesparing.

MVO Nederland is bezig met het ontwikkelen van een productdossier over rubber. Hierover zal er in het vierde kwartaal een bijeenkomst worden georganiseerd voor NRK, VACO en hun leden.



NVGA (Gevolmachtigde Assurantiebedrijven)

Aantal leden: 180

Betrokken sinds: maart 2011

Activiteiten en resultaten:

De NVGA heeft het onderwerp MVO eind 2010 op initiatief van één van der bestuursleden op de agenda gezet.

Eén van de belangrijkste MVO onderwerpen in de branche is het vraagstuk rondom integriteit en kwaliteit van de dienstverlening. Ter verbetering hiervan is een kwaliteitsnormering ontwikkeld waarvan de bedoeling is deze op termijn uit te breiden tot een MVO-normering.

De NVGA neemt deel aan de MVO Expeditie Beleidsplannen voor brancheorganisaties, jaargang 1.



NVLG (De Nederlandse Vereniging van Leveranciers van Grootkeukenapparatuur)

Aantal leden: 50

Betrokken sinds: mei 2011

Activiteiten en resultaten:

NVLG heeft een werkgroep duurzaamheid opgezet.

NVLG nam in 2011 deel aan de MVO Expeditie Beleidsplannen.



Office World (Vereniging van producenten en handelaren in kantoorartikelen)

Aantal leden: 36

Betrokken sinds: augustus 2011

Activiteiten en resultaten:

Officeworld is in 2011 gestart met het project Sustainable Office. Een inkoopwijzer voor inkopers en gebruikers van duurzame kantoorartikelen. Op de website www.sustainable-office.eu bieden deelnemers producten aan die voldoen aan de criteria voor duurzaam inkopen door de overheid (agentschapNL). Dit is voornamelijk het speerpunt van de activiteiten van Office World op het gebied van MVO.

MVO Nederland is agenda-lid van de projectgroep Sustainable Office.



OSB (Ondernemersorganisatie Schoonmaak- en Bedrijfsdiensten)

Aantal leden: 650

Betrokken sinds: maart 2008

Activiteiten en resultaten:

In juni 2008 heeft OSB een mini-congres over MVO georganiseerd. Hier ondertekenden zij het manifest van MVO Nederland.

Sinds 2008 reikt OSB jaarlijks een MVO-bokaal uit aan een ondernemer uit de branche die voorop loopt op het gebied van MVO.

OSB heeft een visie ontwikkeld op MVO in de schoonmaakbranche.

In januari 2010 organiseerde OSB het congres 'het maatschappelijk belang van de schoonmaakbranche'.

In 2010/2011 is een code verantwoord marktgedrag ontwikkeld in samenwerking met opdrachtgevers en intermediairs. Deze code is opgesteld naar aanleiding van de stakingen in de schoonmaaksector, die in 2010 heel duidelijk maakten dat er het nodige schortte aan de verantwoordelijkheid van schoonmaakbedrijven, maar ook van opdrachtgevers die de laagste prijs voorop stelden bij aanbesteding van schoonmaakdiensten.

In 2011 heeft de OSB tevens een innovatief criteria-document ontwikkeld voor duurzaam inkopen door de overheid. OSB praat graag mee over het duurzaam-inkopen advies dat MVO Nederland samen met VNO-NCW in 2011 aan de regering aanbieden.

In 2012 wordt onderzoek verricht naar de meetbaarheid van de 'people-component' van MVO.



PPP (Platform Promotieele Producten)

Aantal leden: 300

Betrokken sinds: mei 2010

Activiteiten en resultaten:

PPP heeft in 2010 een nieuwe gedragscode ontwikkeld voor haar leden. Deze gedragscode is opgesteld in nauw overleg met MVO Nederland en voorziet in spelregels waarmee, onder andere, de maatschappelijke verantwoordelijkheden van de leden zijn opgenomen.

PPP leden kunnen zich aan de hand van deze gedragscode vrijwillig laten certificeren.

Tijdens de ALV in maart 2011 is het partnerschap van MVO Nederland ondertekend.

PPP neemt actief deel aan de verschillende activiteiten van MVO Nederland op het gebied van internationaal MVO

In 2012 neemt PPP deel aan de MVO Expeditie Beleidsplannen voor Brancheorganisaties, jaargang 2.



PPV (Keurmerk Professionele Project Verhuizers)

Aantal leden: 36

Betrokken sinds: mei 2007

Activiteiten en resultaten:

In navolging op de MVOworkshop in het voorjaar, heeft de PPV in oktober 2008 deelgenomen aan de Roadshow Duurzaam Inkopen. Tijdens deze bijeenkomst is het manifest van MVO Nederland ondertekend.

PPV werkt aan het uitvoeren van de MVO ambities; te beginnen met het opnemen van MVO in diverse communicatie-uitingen en het invullen van klimaatneutraal verhuizen.

PPV heeft een MVO special van het vakblad Verhuizen uitgegeven.

Samen met MVO Nederland is een speciale nieuwsflits over MVO voor verhuizers verspreid.

Eind december 2010 is een rondetafelgesprek gehouden met MVO ondernemers in de verhuisbranche bij MVO Nederland ten behoeve van een artikel in het blad verhuizen.

In 2011 is, met medewerking van MVO Nederland, gewerkt aan vernieuwing van het PPV keurmerk waarin MVO aspecten zijn opgenomen.

In 2012 wordt samenwerking onderzocht tussen de MVO Nederland Academie en het Verhuiscollege.



RAI Vereniging (Rijwiel en Automobiël Industrie)

Aantal leden: 700

Betrokken sinds: juni 2011

Activiteiten en resultaten:



RAI Vereniging neemt deel aan de MVO Expeditie Beleidsplannen voor brancheorganisaties, jaargang 1.

Speerpunt voor de vereniging is in eerste instantie gericht op de bureauorganisatie van RAI Vereniging. Men is een werkgroep gestart die onderzoekt wat MVO binnen

de organisatie inhoudt.

Het onderwerp MVO komt in de verschillende dossiers terug, maar er is (nog) geen sprake van geïntegreerd beleid. Met ondersteuning van de expeditie zal hier in 2012 naar verwachting verbetering in komen.

RAI Vereniging streeft ernaar te komen naar integratie van het Erkend Duurzaam certificaat (van Bovag) met ISO 26000.



Stichting Groenkeur

Aantal leden: 300

Betrokken sinds: november 2009

Activiteiten en resultaten:

In 2012 wordt Stichting Groenkeur actief betrokken bij het Brancheprogramma.



TLN (Transport en Logistiek Nederland)

Aantal leden: 6000

Betrokken sinds: juli 2010

Activiteiten en resultaten:

TLN is in het voorjaar van 2011 partner geworden van MVO Nederland.

TLN heeft MVO vertaald als Milieu Veiligheid en Ondernemerschap en vanuit die invalshoek worden veel activiteiten ontplooid. Thema's die spelen zijn onder andere: brandstofverbruik, rijtijden, veiligheid van de chauffeur en de omgeving, MBO, energiebesparing.

De jaarlijkse ondernemersprijs die in november zal worden uitgereikt staat in 2011 in het teken van MVO. MVO Nederland levert één van de juryleden.

TLN is actief in de Topsector Logistiek en is in 2012 uitgenodigd samen te werken met MVO Nederland in de MVO Expeditie Sociale innovatie.

Tuinbranche Nederland (Leveranciers en retailers in de tuinbranche)

Aantal leden: 500

Betrokken sinds: januari 2008

Activiteiten en resultaten:

In 2009 heeft Tuinbranche Nederland samen met leden een MVO visie voor de tuinbranche gepresenteerd tijdens het congres 'Kiezen voor Kansen'. Ook presenteerde Tuinbranche Nederland hier een boek met praktijkvoorbeelden over MVO en ondertekende MVO Nederland en de Tuinbranche Nederland het manifest.

Tuinbranche Nederland heeft in 2009 en 2010 verschillende producten ontwikkeld om de leden te helpen bij de implementatie van maatschappelijk verantwoord ondernemen, waaronder een energiescan voor tuincentra, een keurmerkenoverzicht, een MVO-scorecard en een 0-meting over verduurzaming van de logistieke ketens in de branche.

Vanaf 2010 zijn verschillende leden zeer actief met MVO. De uitdaging voor de branche is gezamenlijk te komen tot duurzame productontwikkeling.

UNETO-VNI (Ondernemersorganisatie voor de installatiebranche en de technische detailhandel)

Aantal leden: 5300

Betrokken sinds: december 2005

Activiteiten en resultaten:

UNETO-VNI richtte in 2006 (op initiatief van haar leden) het MVO-platform op om MVO te stimuleren in de installatiebranche. MVO Nederland is actief in het bestuur van het platform MVO van UNETO-VNI. Het platform heeft een folder gemaakt waarin de doelen, activiteiten, producten en diensten uitgelegd worden.

UNETO-VNI heeft een boek met MVO-praktijkvoorbeelden uit de installatiebranche gemaakt.

Er is een aparte website over MVO in de installatiebranche gemaakt, gecombineerd met een digitale nieuwsbrief.

Twee maal per jaar organiseert het platform MVO een themabijeenkomst die in het teken staat van MVO.

In samenwerking met OTIB zijn cursussen 'Blikopener' (uitleg en toepassing van MVO voor bedrijven die met MVO beginnen) en 'Goed Werkgeverschap' (sociale component van MVO, gericht op HRM-afdelingen) ontwikkeld.

Ten behoeve van de cursus MVO is het digitaal instrument 'MotiVatOr' ontwikkeld. Hiermee leert de deelnemer spelenderwijs hoe MVO in de bedrijfsvoering toegepast kan worden.

UNETO-VNI heeft in februari 2009 voor het eerst een Markt- en Techniekdag voor haar leden georganiseerd. De MVO-workshop die door MVO Nederland werd gegeven was de drukst bezochte op een totaal van tien workshops en ook de MVO-stand heeft de nodige aanloop gehad.

UNETO-VNI introduceerde in 2009 een MVO-duurzaamheidsscan voor leden die in 2011 wordt bijgewerkt. Deze scan geeft de leden inzicht in de stand van zaken op het gebied van MVO.

UNETO-VNI heeft in 2009 een duurzaamheidsscan uitgevoerd bij het secretariaat van de eigen organisatie.

In 2010 organiseerden ING Bank, Bouwend Nederland, UNETO-VNI, de Koninklijke Hibin en MVO Nederland tien regionale bijeenkomsten over MVO voor alle partijen in het bouwproces.

UNETO-VNI heeft voor haar leden een scan 'kansen bij verkassen' ontwikkeld die in korte tijd in kaart brengt welke duurzaamheidskansen een verhuizing of verbouwing creëert en hiervan een actielijst maakt.

UNETO-VNI en OTIB hebben een aantal partijen gevraagd voor de branche een eigen duurzaamheidsindex samen te stellen, Eco-instal genaamd.

In oktober 2010 vond weer een themadag plaats over MVO en energiebesparing.

InstalNova werd opgezet met het doel regionale initiatieven te stimuleren op het terrein van onder andere duurzaamheid.

In 2010 is een nieuwe brochure gemaakt met een overzicht van alle MVO-activiteiten.

Duurzaamheid is sinds 2011 onderdeel van de strategie van UNETO-VNI.

UNETO-VNI organiseert in 2011 en 2012 samen met Syntens en MVO Nederland een MVO-roadshow met als doel bedrijven concrete handvatten te geven om met MVO aan de slag te gaan.

In 2011 kreeg de duurzaamheidsscan een update.

In samenwerking met MVO Nederland ging UNETO-VNI in 2011 aan de slag met sociale innovatie.



Vakcentrum Levensmiddelen (brancheorganisatie van de zelfstandige detaillist in de foodsector en de fast moving consumer goods)

Aantal leden: 2000

Betrokken sinds: september 2011

Activiteiten en resultaten:

Vakcentrum werkte in 2011 aan het Super Supermarkt Keurmerk (SSK) voor MVO. Met dit label kunnen zelfstandige ondernemers laten zien dat zij MVO, lokale betrokkenheid en duurzaamheid hoog op de agenda hebben staan.



VBZ (De Vereniging voor de Bakkerij- en Zoetwarenindustrie)

Aantal leden: 150

Betrokken sinds: april 2007

Activiteiten en resultaten:

VBZ heeft tijdens een ledenbijeenkomst over MVO het partnerschap met MVO Nederland ondertekend.

MVO Nederland heeft een quick-scan uitgevoerd over MVO in de bakkerij- en zoetwarenindustrie.

VBZ heeft MVO opgenomen als thema in haar ondernemershandboek en ondernemersscan.

VBZ gaat een MVO-netwerk van en voor leden oprichten.

VBZ heeft zich aangesloten bij het cacao-project van het Initiatief Duurzame Handel.

Het jaarcongres van VBZ (maart 2010) stond in het teken van duurzaamheid.

De organisatie ontwikkelde in 2010 de Barometer Duurzame Bakkerij en Zoetwaren in samenwerking met Stichting Milieukeur.

In 2011 organiseerde MVO Nederland een Instapcursus MVO voor de leden van VBZ.



VERAS (Vereniging voor de Sloopaannemers)

Aantal leden: 80

Betrokken sinds: september 2006

Activiteiten en resultaten:

VERAS is met ingang van 1 januari 2009 uit een fusie van BABEX en de Vereniging van Sloopaannemers. BABEX werkt al enige tijd binnen het Brancheprogramma met MVO Nederland samen om MVO binnen de sloopbranche te stimuleren. VERAS wil na de samenvoeging de belangen van de sloopsector nog beter behartigen.

VERAS is bezig met het opstellen van een MVO-beleidsnotitie.

Er worden middelen vrij gemaakt om het MVO beleid in de praktijk te brengen waaronder de ontwikkeling van een arbo-catalogus en het bevorderen van duurzaam slopen.

VERAS nam in 2011 deel aan de MVO Expeditie Beleidsplannen.



Vereniging van Keurslagers

Aantal leden: 550

Betrokken sinds: april 2011

Activiteiten en resultaten:

De Vereniging van Keurslagers is sinds begin 2011 partner van MVO Nederland.

De vereniging werkt aan het MVO-programma Keurklasse, bedoeld om leden bewust te maken en te stimuleren (belonen) om MVO in de praktijk te brengen en de formule meer onderscheidend te maken

MVO Nederland neemt deel in de adviescommissie van het MVO-programma Keurklasse .

VFI (Vereniging voor Fondsenwervende Instellingen)

Aantal leden: 120

Betrokken sinds: maart 2008

Activiteiten en resultaten:

VFI heeft een tool ontwikkeld waarmee goededoelenorganisaties MVO kunnen implementeren.

In mei 2008 organiseerde VFI een congres over MVO voor haar leden. Tijdens dit congres werd het manifest van MVO Nederland ondertekend.

In 2010 vindt er een brainstorm met goededoelenorganisaties plaats om de vervolgstappen te formuleren.

In 2010 heeft MVO Nederland in samenwerking met de VFI een stappenplan Maatschappelijk Verantwoord Inkopen voor Goede Doelen ontwikkeld.

VGM (Vastgoedmanagement Nederland)

Aantal leden: 80

Betrokken sinds: februari 2011

Activiteiten en resultaten:

VGM introduceerde in 2011 een gedragscode.

VGM nam in 2011 deel aan de MVO Expeditie Beleidsplannen.

VGM was de 50st^e partner van MVO Nederland.



VGT (Vereniging Grootwinkelbedrijf Textielbranche)

Aantal leden: 17

Betrokken sinds: september 2010

Activiteiten en resultaten:

In 2009 ontwikkelde de VGT samen met de leden een *position paper* over MVO in de textielbranche.

In het najaar van 2009 is het contact gelegd tussen de VGT, CBW MITEX en Modint. Zij trekken nu samen op in het MVO beleid.

De leden van de VGT hebben gezamenlijk een MVO beleidsplan opgesteld.

Op 31 maart 2011 is tijdens de ALV het manifest van MVO Nederland ondertekend.

VGT werkt nauw samen met CBW Mitex en Modint en de drie partijen hebben in 2011 voor het eerst gezamenlijk het congres 'Groen is de Rode Draad' over MVO in de modeketen georganiseerd.

MVO Nederland ondersteunt in 2012 de VGT en haar leden bij onder meer de opvolging van de OESO richtlijnen.



VHG (groenvoorzieners, boomverzorgers, dak- en gevelbegroeners en interieurbeplanters)

Aantal leden: 1400

Betrokken sinds: december 2009

Activiteiten en resultaten:

VHG is sinds begin 2011 partner van MVO Nederland.

De groene sector is van grote maatschappelijk waarde door de bijdrage van groen aan CO2 opname, fijnstofbinding, waterretentie en biodiversiteit, veiligheid en gezondheid. VHG wilt door middel van het Brancheprogramma ondernemers in de sector ondersteunen om op bedrijfsniveau te vergroenen, maar ook het groene imago van de sector te versterken en verder uit te dragen.

VHG ontwikkelde in 2011 de MVO-wijzer, een scan voor groenondernemers.



VMRG (Vereniging Metalen Ramen en Gevelbranche)

Aantal leden: 200

Betrokken sinds: februari 2011

Activiteiten en resultaten:

De VMRG probeert informatie over MVO zoveel mogelijk te bundelen op de website via het themadossier 'groen'. Tevens tracht de vereniging bedrijven rond de tafel te krijgen om over het onderwerp MVO te praten.

Een concreet initiatief van de VMRG is de oprichting van ALU ECO, een stichting die zich inzet voor 100 procent recycling van bouwmaterialen.

VMRG heeft meegewerkt aan een afstudeeronderzoek van MVO Nederland, in het kader van het Internationaal Brancheprogramma.



VOBN (Brancheorganisatie van de betonmortelindustrie)

Aantal leden: 145

Betrokken sinds: maart 2008

Activiteiten en resultaten:

In november 2008 heeft VOBN haar leden een boekje gestuurd om hen te informeren over energiebesparing.

Met de bureaulijst 'beton bewust' informeert VOBN leden en andere geïnteresseerden over de duurzaamheidsaspecten van betonmortel.

In 2009 was MVO één van de speerpunten in het beleid van VOBN. Zo is onder andere de website 'betonbewust' gelanceerd.

In september 2009 organiseerde MVO Nederland voor VOBN een stakeholderdialoog. De resultaten van deze bijeenkomst dienden als input voor het MVO-beleid van de bij VOBN aangesloten leden. Het MVO-beleid wordt in 2010 vastgesteld.

VOBN organiseerde in april 2010 een stakeholderbijeenkomst over

arbeidsveiligheid.

VOBN neemt deel aan het MVO Netwerk Beton.



VVEM (Vereniging van Evenementenmakers)

Aantal leden: 100

Betrokken sinds: augustus 2010

Activiteiten en resultaten:

VVEM is in augustus 2010 partner van MVO Nederland geworden.

Leden van de VVEM zijn evenementenmakers. Dit loopt uiteen van festivalorganisatoren tot locatieaanbieders en verhuurbedrijven.

De directeur van de VVEM zet zich in voor MVO en praat regelmatig met uiteenlopende partijen over verduurzaming van de eventensector. Zo is onder andere een Green Key certificaat voor publieksevenementen ontwikkeld.

Binnen de sector wordt al veel aan 'duurzaamheid' gedaan, bekende koploper is het festival Lowlands.

VVEM werkt aan een hoofdstuk over duurzaamheid in het handboek voor evenementenmakers

In de zomer van 2011 organiseert de VVEM een bijeenkomst waar de sector zijn duurzame activiteiten zal tonen.

In 2012 gaat de VVEM aan de slag om het duurzaamheidsbeleid dat in de branche stevig is verankerd verder geïntegreerd vorm te geven.



VVNH (Koninklijke Vereniging van Nederlandse Houtondernemingen)

Aantal leden: 259

Betrokken sinds: juli 2009

Activiteiten en resultaten:

VVNH is al jaren aangesloten bij het IDH hout programma en werd in december 2011 partner.



VVVF (Vereniging voor Verf en Drukinktfabrikanten)

Aantal leden: 81

Betrokken sinds: december 2011

Activiteiten en resultaten:

VVVF werd in december 2011 partner. In 2012 worden de eerste MVO-activiteiten ontplooid.

Bijlage V: Overzicht nieuwe webdossiers

Nieuwe webdossiers

	Type	Onderwerp
1	Product	Beton
2	Product	Vlees (i.p.v. eiwit)
3	Product	Metaal (zink, lood, aluminium, staal, tin, goud)
4	Product	Drukwerk
5	Product	Speelgoed
6	Product	Rubber
7	Bedrijfsproces	Logistiek en mobiliteit
8	Thema	Grondstoffenschaarste
9	Thema	Eerlijke handel
10	Thema	Biodiversiteit
11	Thema	Base of the Pyramid
12	Thema	Energie en Klimaat
13	Trends en ontwikkelingen	Duurzaam leveren aan de overheid
14	Trends en ontwikkelingen	Intern draagvlak
15	Trends en ontwikkelingen	Het nieuwe werken

Grotere aanpassingen in dossiers

	Type	Onderwerp
1	Bedrijfstak	Bouw
2	Trends en ontwikkelingen	MVO en certificering
3	In verschillende dossiers	Informatie over toegankelijkheid www.allestoegankelijk.nl

Andere grote web-gerelateerde projecten

	Onderwerp	Link
1	Grensverleggers	www.grensverleggers.nl
2	Het blog van MVO Nederland	http://blog.mvonderland.nl/
3	Het eerste jaarlijkse MVO-tendrapport met de stand van zaken van MVO in Nederland	www.mvonderland.nl/trends

Bijlage VI: PR-resultaten

MVO Nederland in Nederlandse dagbladen

Medium	Thema's	Frequentie
Het Financieele Dagblad	duurzaam inkopen, MVO & Marketing, nieuwe bestuurslid, MVO & Communicatie, duurzame verhuizing, grondstoffenschaarste, future leaders event, grensverleggers/IMVO	10
Nederlands Dagblad	grondstoffenschaarste, VVD wil MVO Nederland opheffen	3
NRC Handelsblad	Energie & klimaat, duurzaam inkopen	2
De Telegraaf	duurzaam inkopen, ketenverantwoordelijkheid, energie & klimaat, trends & ontwikkelingen, future leaders event, MVO & innovatie	8
Trouw	duurzaam inkopen, Green Deal, duurzame mobiliteit, duurzame top 100, grensverleggers/IMVO	5
De Volkskrant	ketenverantwoordelijkheid, transparantie, nieuw bestuurslid, duurzame mobiliteit	4

MVO Nederland in Nederlandse dagbladen: mediawaarde*: 2.612.729 euro

MVO Nederland in tijdschriften

Medium	Thema's	frequentie
Voornamelijk vakbladen en ondernemersbladen zoals Ondernemen!, Management Scope, Forum	divers	300

MVO Nederland in tijdschriften: mediawaarde*: 854.939 euro

Totale mediawaarde* van dagbladen en tijdschriften in 2011: 3.467.668 euro

Ter vergelijking: in heel 2010 bereikte MVO Nederland 600.00 euro aan mediawaarde. Een toename van ruim 4,5 keer.

*Deze wordt berekend door Euroclip op basis van de oplage en het bedrag dat het zou kosten om een advertentie van een dergelijk formaat te kopen.

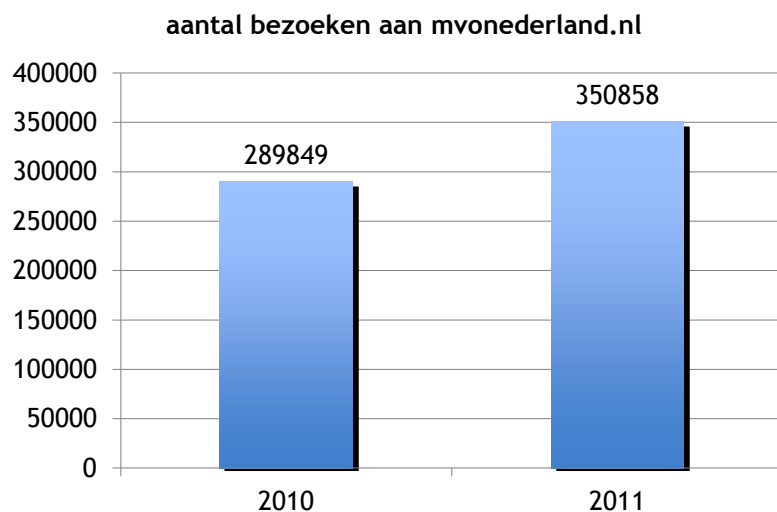
MVO Nederland op de radio

Zender/programma	Thema	datum
BNR Duurzaam	Directeur MVO Nederland te gast	2 maart en 27 april
NOS Journaal	Advies Duurzaam Inkopen van o.a. MVO Nederland	21 juli
Omroep Vlaardingen	Directeur MVO Nederland over MVO bij Coöperaties.	23 juli
BNR	Directeur MVO Nederland - BNR Talentendag	14 september
BNR	Directeur MVO Nederland op in kader van Future Leaders Event	3 november
BNR Duurzaam	Directeur MVO Nederland gast van Paul van Liempt	4 november
Wereldomroep	Petra Veeneman en een van de Grensverleggers tijdens MVO Exchange	17 november

Online vermeldingen van MVO Nederland: 531 vermeldingen

- Voor het merendeel op branche-specifieke websites
- Ondernemerssites: mt.nl, deondernemer.nl, sprout.nl, mkb servicedesk.nl, zzpfocus.nl, ondernemersplein.nl, ikgastarten.nl, briskmagazine.nl, MKBkrant.nl, VNOCNW.nl, zzp-nederland.nl
- Overheidssites: ikregeer.nl, rijksoverheid.nl, pianoo.nl, ser.nl, overheid.nl, aanbestedingsmonitor.nl, gemeente.nu, agentschap.nl
MVO-sites: duurzaamnieuws.nl, peopleplanetprofit.be (P+), duurzaam-ondernemen.nl, onworld.nl, degroenewebsite.nl, pepperonline.nl,
Websites van dagbladen en andere nieuwssites o.a.: fd.nl, ad.nl, nu.nl, telegraaf.nl, nuzakelijk.nl, nieuwsvannederland.nl, refdag.nl

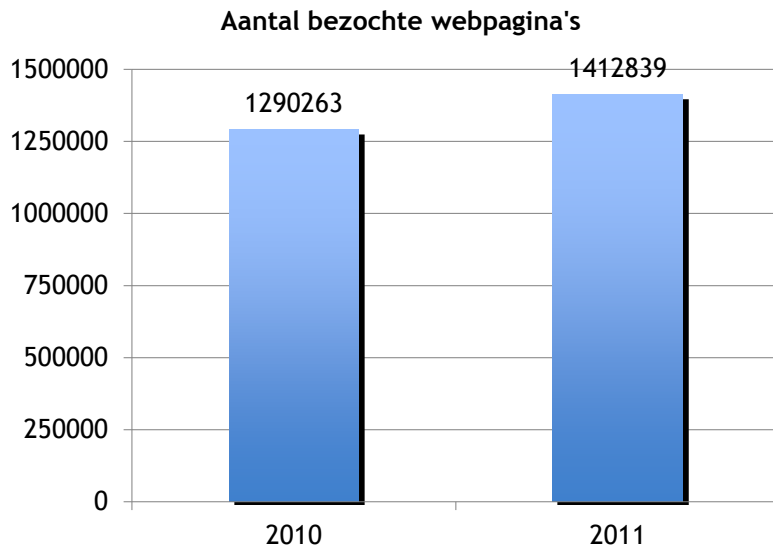
Website bezoek aan www.mvonderland.nl



Het aantal bezoeken aan www.mvonderland.nl is in 2011 met 21,05 procent gestegen ten opzichte van 2010. In 2010 zijn er vanwege het bouwen van de nieuwe website gedurende twee weken geen metingen mogelijk geweest. Na uitvoering van een correctie is er sprake van een stijging van 18 procent.



Het aantal unieke bezoekers aan www.mvonderland.nl is in 2011 met 22,78 procent gestegen ten opzichte van 2010. In 2010 zijn er vanwege het bouwen van de nieuwe website gedurende twee weken geen metingen mogelijk geweest. Na uitvoering van een correctie is er sprake van een stijging van 19 procent.



Na correctie (zie hierboven) is het aantal bezochte webpagina's gestegen met 9,5 procent melden ten opzichte van 2010. Dit betekent dat MVO Nederland haar doelstelling voor 2011 van 1,5 miljoen page views bijna heeft gehaald.

Bezoekduur:

De gemiddelde tijd die men op onze website doorbracht was in 2011 3:42 minuten. In 2010 was dat 3:53 minuten.

Best bezochte webdossiers:

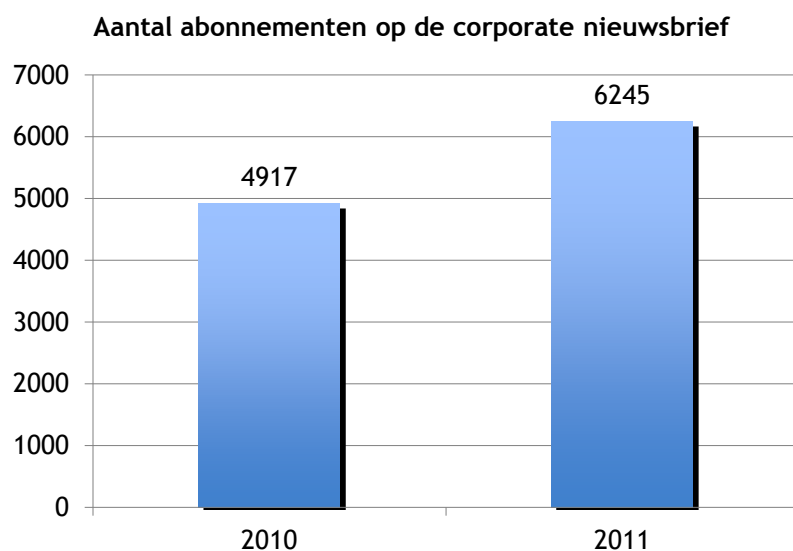
De dossiers in 'trends en ontwikkelingen' worden het vaakst bekeken. Het ISO 26000 dossier, dat onder 'trends en ontwikkelingen' valt, is het best bezochte dossier met 10.045 views. 'Duurzaam inkopen door overheden' en 'MVO-certificeringen' volgen daarna. Het eerste kennisdossier in het overzicht dat niet onder trends en ontwikkelingen valt is het thema-dossier over maatschappelijk betrokken ondernemen met 3.308 views. Van de algemene pagina's scoorden 'trends en ontwikkelingen' en de praktijkvoorbeelden hoog met respectievelijk 10.708 views en 11.387 views. Het best bezochte praktijkvoorbeeld met 2.303 views is de pagina met '4-ondernemers-en-hun-switch-naar-mvo'.

Social Media

medium	Doel	Bereik (ultimo 2011)
Twitter	<ul style="list-style-type: none"> - aankondigingen van nieuwsberichten - geeft MVO Nederland beter inzicht in wat er leeft onder MVO-minded Nederland - in dialoog met volgers - aankondiging vacatures 	MVO Nederland: 5.873 volgers (een stijging van 152% t.o.v. 2010) Directeur van MVO Nederland: ruim 2.000 volgers
Facebook	- doorplaatsen van geselecteerde nieuwsberichten van de corporate website	de Facebook-page van MVO Nederland: 386 likes
Blog	In april 2011 startte de directeur van MVO Nederland een blog op www.willemlageweg.nl Blogposts van andere medewerkers van MVO Nederland kregen eind 2011 een plaats http://blog.mvonederland.nl/	2.200 keer bezocht
LinkedIn	MVO Nederland beheert op LinkedIn de groepen 'Partners van MVO Nederland' (circa 450 leden) en "Brancheprogramma MVO Nederland" (circa 40 leden)	in 2012 worden beide blogs geïntegreerd Bedrijfsprofiel van MVO Nederland: 1.000 volgers

Corporate nieuwsbrief

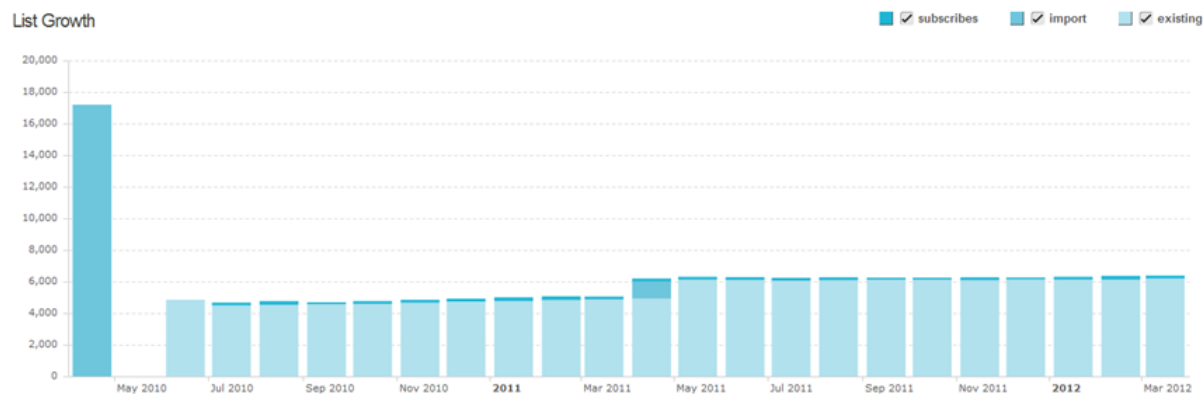
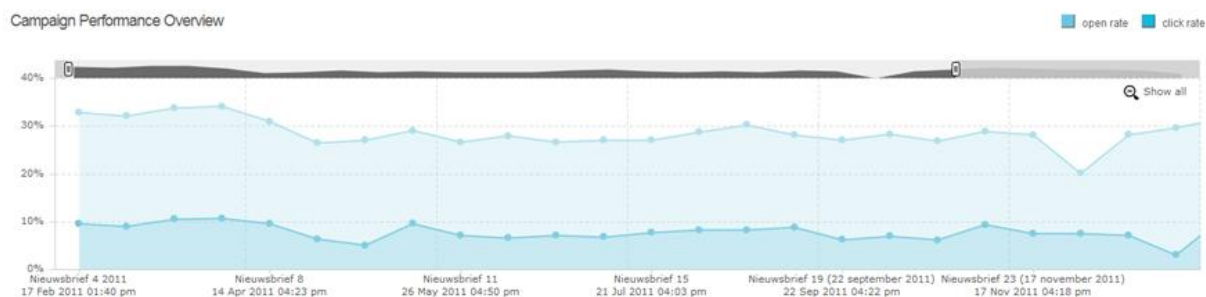
In 2011 is met uitzondering van de zomermaanden om de week een corporate nieuwsbrief verstuurd. Het aantal abonnementen op de corporate nieuwsbrief steeg met 27 procent.



Het openingspercentage van de nieuwsbrief bedroeg gemiddeld 24,7. Dat is hoger dan het gemiddelde voor de non-profit sector (20 procent) maar een daling ten opzicht van 2010 (32 procent). De daling van het openingspercentage is voor een deel te verklaren door een import van duizend mailadressen in april 2011; De terugval in openingspercentages valt samen met deze import. In algemene zin geldt: hoe groter de mailinglijst, des te lager de openings- en clickpercentages.

De helft van de lezers van de nieuwsbrief is ondernemer of werkt bij een bedrijf bleek uit onderzoek in 2011.

Naast de algemene, tweewekelijkse nieuwsbrief verstuurde MVO Nederland in 2011 een aantal sector- of doelgroepgerichte nieuwsbrieven, onder andere naar brancheorganisaties en ten behoeve van het MBO-programma, de Nieuwjaarsmeeting, de vier koploperbijeenkomsten en andere evenementen van MVO Nederland.



[Ad afbeelding: Gegevens van voor februari 2011 ontbreken omdat toen met een ander mailingsysteem werd gewerkt dan MailChimp]

Toelichting op online resultaten

We kunnen concluderen dat we met onze website in 2011 ruim 20 procent meer bezoekers hebben getrokken dan het voorgaande jaar en dat die bezoekers sneller de content hebben gevonden die ze zochten en die nog interessanter vonden dan voorheen. Dit blijkt uit het feit dat het aantal page views minder snel is toegenomen (bijna 10 procent), maar de bezoekduur ongeveer gelijk is gebleven. De toename in het aantal bezoekers dat via social media en de nieuwsbrieven van MVO Nederland op onze website komt, verhoudt zich omgekeerd evenredig met het aantal page views en de bezoekduur; die bezoekers komen direct op de pagina terecht waarin ze geïnteresseerd zijn en zullen minder snel geneigd zijn verder te klikken dan bezoekers die via zoekmachines op onze website terecht komen. De groei in het aantal bezoekers vinden wij dan ook relevanter dan die in het aantal page views.

Events

In 2011 heeft MVO Nederland ruim twintig activiteiten, evenementen en bijeenkomsten voor partners georganiseerd, variërend in grootte van enkele tot honderden deelnemers. In totaal kwamen daar circa 1.200 mensen op af. Voorbeelden zijn de Meet & Greet bijeenkomsten voor nieuwe partners, de

workshops 'MVO Proof', masterclasses met Wayne Visser en Paul de Blot, de eerste Ray Anderson lezing, de CSR managers meeting, de tweede Henk van Luijk-lezing en het Nieuwjaarsevent.

Bereik

Alles bij elkaar optellend kunnen we concluderen dat we de bereikdoelstelling van 200.000 bedrijven hebben gehaald. De in 2011 bij MVO Nederland aangesloten 55 brancheverenigingen vertegenwoordigen 200.000 bedrijven. In hoofdstuk 3.1 is te lezen welke activiteiten voor deze intermediaire doelgroep werden ontplooid.

Bijlage VII: Overzicht van bijeenkomsten

ASN (via Speakers Academy)	ITpreneurs
DGMR	C&F Rapport
Brandwijk	The Light House
Bond voor Verzekeraars	Ecolab
Cedris (en OSB)	Boer en Natuur
Fri -Jado	NLIingenieurs
Ondernemersvereniging De kring Uden (via Rabobank)	Groninger Forum/Bibliotheek Groningen
De Friesland	Aad de Wit Verhuizingen
ICGI Launching event (Maastricht University)	Initiatiefgroep Duurzaam en Succesvol Ondernemen Rivierenland
Permar	Werkgevers Adviespunt Rivierenland
VBDO	IvCB
Milieucafe Tilburg	Werkgevers Adviespunt Rivierenland
Ordina	Green Buildings Congres
Energiebeurs Den Bosch	Fenedex
Fair Career Event	NLIingenieurs
CLP (Contactpunt Leveranciers Pompen)	IHC - OK (ondernemerskring) Krimpen a/d IJssel
AMC	Gemeente Hengelo
MPZ (Milieuplatvorm)	Euroforum
MVO Exchange intern	WEKA uitgeverij
COS Utrecht	Moonen Packaging
VIB (kenniscentrum voor de technische isolatiebranche)	Global Village Media / Fair Career Event
NEN	Werkgevers Adviespunt Rivierenland
VRC	Interoute
NBA	IHC Merwede
Universiteit Utrecht	Ricoh
Gemeente Den Bosch	Telematch
Matchpoint Amersfoort	Nijmegen School of Management
KvK Gooi en Eemland	Corendon
SDI	Stichting Groenstad
DutchSpirit	DIAD
Maatschap De Cope	Utrechtse OndernemersAcademie
SBI	Ministerie van Defensie
Haags VrouwenNetwerk	Mediamaal
Greenpoint Loenen	Search

Bijlage VIII: Partnermanifest in de Zorgsector

MANIFEST

VOOR EEN GEZONDE TOEKOMST VAN DE ZORGSECTOR

Wij zien maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) en duurzaamheid als thema's die de zorgsector van nieuw elan kunnen voorzien.

Nieuwe inzichten op de terreinen people, planet en profit kunnen bijdragen aan de noodzakelijke omslag in de sector. Inspirerend leiderschap, zelfmanagement van patiënten en medewerkers, samenwerken in de keten en transparantie maken volgens de initiatiefnemers deel uit van de urgente agenda voor de zorgsector.

Ondertekenaars van dit manifest bepleiten een integrale aanpak van de vraagstukken met een focus op de langere termijn en met nieuwe sturingsgrootheden. Aldus willen de ondertekenaars de sector van 'nieuwe vleugels en nieuwe teugels' voorzien.

Wij willen MVO bij bestuurders van de instellingen hoog op de agenda plaatsen, hen stimuleren leiderschap te tonen en tot een breed gedragen actieprogramma komen.

Daarin staan de volgende 7 punten centraal:

1. Urgentie: de urgentie is groot. De zorgsector staat voor zeer grote uitdagingen. Focus op kwaliteit en lange termijn moet leidend zijn. Die focus leidt uiteindelijk ook tot lagere kosten en een lagere ecologische voetafdruk. MVO kan vanuit nieuw denken over people, planet en profit nieuwe en integrale oplossingen aanreiken. Koplopers laten zien dat we daarmee al vandaag kunnen beginnen.
2. Kwaliteit van leven: wij zetten de kwaliteit van leven van de patiënt en zijn zorgomgeving centraal. MVO zorgt dat patiënten, familie en vrienden meer verantwoordelijkheid krijgen en vaker zelf de regie gaan voeren (o.a. via e-health).

3. Medewerkers: wij vinden dat medewerkers meer verantwoordelijkheid en ruimte verdienen om daarmee hun passie voor kwalitatief goede zorg waar te maken. MVO en faciliterend leiderschap dragen hier aan bij en zorgen ervoor dat mensen langer en productiever kunnen werken. Het maakt de sector aantrekkelijk voor nieuwe instroom, ook voor mensen met beperkingen.

4. Transparantie: transparantie leidt tot meer inzicht in kosten, risico's en nieuwe mogelijkheden. Transparantie leidt ook tot een betere sturing en meer mogelijkheden voor zelfsturing door patiënten. Daarmee is transparantie een bron voor innovatie en tegelijkertijd een belangrijke factor voor de license to operate.

5. Duurzame bedrijfsvoering: MVO leidt tot duurzaam inkopen en een efficiënter en duurzamer gebruik van materialen, gebouwen, energie en grond- en hulpstoffen. MVO leidt tot minder schadelijke emissies, innovaties in de logistiek en tot nieuwe toegevoegde waarde door hergebruik van materialen en afval.

6. Nieuwe allianties: vertrouwen in elkaar vormt de basis van samenwerken. Betrekken van kennis- en ketenpartners biedt veel kansen voor hogere kwaliteit en kostenreductie. Partners vanuit het bedrijfsleven en de publieke sector voegen waarde toe aan de kwaliteit en de efficiency. Partijen moeten elkaar aanspreken op hun rol en verantwoordelijkheid.

7. Lef: voor alles zullen partijen in de sector lef moeten tonen. MVO leidt tot ingrijpende veranderingen. Het vereist visie en ambitie en een integrale aanpak waarin de elementen people, planet en profit nauw met elkaar worden verbonden.

PLAATS & DATUM



Willem Lageweg
MVO Nederland



Uw naam
Uw bedrijfsnaam

Bijlage IX: Programma Communicatie OESO-richtlijnen

De volgende bijeenkomsten zijn georganiseerd door het NCP of waar het NCP in belangrijke mate medeorganisator was

Bijeenkomst en doelgroep	thema	Deelnemers
Intervisiebijeenkomst bij EL&I i.s.m. MVO NL en VNO-NCW voor brancheverenigingen	ketenverantwoordelijkheid & mensenrechten	50
Grote accountancy bureaus: PWC, KPMG, Deloitte, E&Y, GRI	mogelijke rol van doelgroep in kwalitatief monitoren op niet financiële prestaties van bedrijven	5 accountancy bureaus
Twee bijeenkomsten voor de financiële sector	herziening van de OESO-richtlijnen	
Twee stakeholderbijeenkomsten	herziening van de OESO-richtlijnen en de consequenties daarvan voor bedrijven, accountants en financiële sector	50 per bijeenkomst
SER congres voor brancheverenigingen	de herziening van de OESO-richtlijnen en een workshop over omgaan met dilemma's en incidenten rondom Internationaal MVO	100 waarvan 30 in de workshop
IMVO exchange i.s.m. Agentschap NL voor MKB	praktische implementatie, ketenverantwoordelijkheid en OESO-richtlijnen	100
High level congres i.s.m. VNO-NCW voor MNO's	over Ruggie en OESO-richtlijnen	100

Trainingen en workshops (mede-) georganiseerd door het NCP

Training of workshop	datum
Presentatie en discussie gehele staf CNV Internationaal	12 mei
Presentatie en discussie Stichting MNO	7 maart
Workshop KvK Internationale handelsdagen	7 april
KvK training voor bedrijfsadviseurs	25 mei
Workshop Bedrijfslevendag	4 en 5 oktober
Workshop MENA Challenge, Agentschap NL	13 oktober
KvK training voor bedrijfsadviseurs	1 november
Workshop Eén EZ (ambassadepersoneel)	3 november
Workshop Grote Bedrijven Netwerk	3 november
EVD training IMVO	12 november
Workshop IDH congres	16 december

NCP in de media

Medium	Wat/Wie	Wanneer/Bereik
BNR Nieuwsradio	interview Bernedine Bos over OESO-richtlijnen in het kader van Shell in Syrië	31 augustus 12.30-13.00
Radio 1	interview Alexander Rinnooy Kan over OECD richtlijnen	10 september 11.00-12.00
NRC Handelsblad	2 pagina artikel over Ruggie, mensenrechten en o.a. OESO-richtlijnen	28 september
P+	4 pagina artikel over de 10 geboden van Ruggie, incl. OESO-richtlijnen	oktober
Pepper	Column Willem Lageweg over nieuwe OESO-richtlijnen	oktober
Wereldzaken	1 pagina interview Michiel van Yperen over corruptiebestrijding en OESO-richtlijnen	oktober
Persbericht (en tweet)	Update OESO-richtlijnen	circa 18 keer overgenomen in branchemedia en vakbladen
Persbericht (en tweet)	MVO Navigator	circa 23 keer overgenomen in branchemedia en vakbladen
Diverse nieuwsbrieven van MVO Nederland, Duurzaam Ondernemen en brancheorganisaties		

Bijlage X: Initiatieven Programma Ontwikkelingslanden en Internationaal Brancheprogramma

Workshops

Doelstelling	Resultaat	Partners	Onderwerpen	Bereik
5 thematische workshops (incl. intervisiebijeenkomsten brancheverenigingen) 3 ketencafés	SER werkconferentie: IMVO in de versnelling Organisatie 4 workshops	SER	Rapportage en transparantie Praktische hulpmiddelen voor IMVO Incidenten in de keten Ketensimulator	80
Extra	MVO Exchange (incl. organisatie 7 workshops)	NL EVD Intern.	Corruptie Wet-®elgeving Certificering MVO & communicatie Incidenten in de keten Voedselzekerheid Duurzaam inkopen overheid 2.0	100
Totaal aantal deelnemers Bereikt in communicatie				180 +/- 3000

Presentaties en stands

Doelstelling	Resultaat	Bereik
	Evenement:	
	Agri-Challenge	40 (150)
	Mena-Challenge	40 (150)
Stands/presentaties ondernemersevenementen, bereik min. 500 ondernemers	Rotterdam Business University	200
	PSI Kick-off sessie	(300)
	Ontvangst Filipijnse delegatie	15
	SER IMVO werkconferentie	30
	MVO Exchange	80
	MVO prijs Dordrecht	100
	Individuele gesprekken met bedrijven	40 30
	(buiten de evenementen om)	
	Presentatie ICT-Office	20
	Presentatie Fenedex	20
Totaal bereik presentaties (doelstelling 500)		525

Kennismaking en praktijkvoorbeelden

Doelstelling	Resultaat
	Thema webdossiers over: Grondstoffenschaarste Wat is internationaal MVO
4 kennisdossiers en aansluitende praktijkvoorbeelden ontwikkelen, uitbreiden of actualiseren	Updates van de onderwerpen: Kinderarbeid Base of the Pyramid Energie en klimaat
	Kennisdossiers (nog online te verschijnen): Toerisme Dierenwelzijn Leder Mensenrechten

Communicatie en publicaties

	Publicatie	Thema / Project	Bereik/ oplage
De telegraaf	Mkb onderschat risico productieketen	ketenverantwoordelijkheid	672.460
Fenedexpress	Internationale handelsdag: veilig en verantwoord zakendoen	IMVO	4.000
MVO Nederland	De rol van bedrijven in ontwikkelingssamenwerking	Ketenverantwoordelijkheid	
online	SER conferentie IMVO in de versnelling; persbericht publicaties (10)	Ontwikkelingssamenwerking IMVO ketenverantwoordelijkheid	
online	Herziening OESO Richtlijnen: persbericht publicaties (10)	OESO Richtlijnen Mensenrechten Ketenverantwoordelijkheid	
Pepper	Alle MVO-kenmerken op een rijtje	OESO-Richtlijnen	7.500
Kwaliteit in Bedrijf	MVO steeds minder vrijblijvend	OESO-Richtlijnen	4.699
Financieel Dagblad	De Uitdaging: Schaarste is de kracht achter het groene ondernemen	Grondstoffenschaarste	65.284
Vara Vroege Vogels	Verantwoord ondernemen steeds minder vrijblijvend	Herziening OESO Richtlijnen	
Nederlands Dagblad	Goud te duur voor ring	Grondstoffenschaarste	30.345
online	MVO navigator (NCP/OESO): persbericht 12 publicaties, op online kanalen: ondernemersplein.nl, sprout.nl etc.	MVO Richtlijnen OESO-thema's	
P+ en P+ Online	Onbetaalbare trouwringen	Grondstoffenschaarste	25.000
P+	De 31 geboden van John Ruggie	Mensenrechten	25.000
P+ Online	Buitenlandse keten n.a.v. MVO Exchange:	Ketenverantwoordelijkheid IMVO, diverse thema's	25.000
Wereldzaken	Dibevol.nl, NHC.nl, Agentschap.nl, Tuinbouw.net		
Financieel Dagblad	Psst...Corruptie Hoe wapen ik me tegen afpersing en omkoping?	Corruptie Corruptie	
Nieuwsbrief MVO Nederland	Tweewekelijks/maandelijkse berichten vanuit OL-team	Bijv. Wat betekent Durban voor bedrijven?	+/- 5.000

Resultaten project Grensverleggers (gestart in november 2011)

Doelstelling	Resultaat	Thema's	Bereik
Outputdoelstelling (november 2011 - april 2012)		Corruptie Klimaattop Durban	November 2880 bezoekers
landingspagina www.grensverleggers.nl 6 persoonlijke profielpagina's van ondernemers met blogs en extra informatie	Landingspagina www.grensverleggers.nl 6 blogs ondernemers	Biologische fruitteelt Arbeidstijd/ omstandigheden Communicatie en training ketenpartners CO2 reductie Bezoek productielocaties Logistieke uitdagingen in ontwikkelingsland	(uniek: 1410) 17.773 pageviews December 1500 unieke bezoekers
Wekelijkse communicatie van 6 ondernemers over MVO in OL middels: blogs, interviews, tweets, beeld- en filmmateriaal over IMVO (totaal: min. 100 berichten)	Gem. 7 posts per maand	IMVO, diverse thema's	
Verspreiding van berichten op de blogs via een Grensverleggers Twitter en Facebook.	www.facebook.nl/grensverlegg ers www.twitter.com/grensverleggr s		66 volgers 100 volgers
Korte introductiefilm van Grensverleggers Verankering in ondernemerskanalen en netwerken (online en hardcopy) Online minimaal 20 vermeldingen van het project en de ondernemers op blogs, in nieuws- en netwerksites. Offline: minimaal 4 artikelen per ondernemer in branchebladen, kranten, andere media.	http://www.youtube.com/watc h?v=ja2LOSITQb8 Plaatsing persbericht: Carp Excelleres Fastservice groentenet.nl Brisk nieuws.be telegraaf.nl FD YE Maastricht Actueel Wereldzaken duurzaam 24 TV Wereldomroep FD (print, oplage: 65.284) Trouw Wereldomroep (radio)		195 (via youtube)
	Artikelen: Trouw: Compost, het zwarte goud van de toekomst FD: Oeganda kiest voor BBrood	Duurzame landbouw in OL, bodemuitputting Oeganda, werkgelegenheid	108.247 65.284
2 workshops met Grensverleggers (per serie van een half jaar)	1 workshop Grensverleggers		10

Gesprekken met brancheorganisaties

Organisatie	Branche	Status
VACO NRK	Producenten rubberbanden Rubber- en kunststofindustrie	Gezamenlijk onderzoek rubberketen Ontwikkeling dossier
FME	Technologische industrie	Invulling IMVO agenda als onderdeel van partnerschap FME met MVO Nederland Ondersteuning nulmeting IMVO leden FME Thema's: ketenverantwoordelijkheid en grondstoffenschaarste voor de technologische industrie (zeldzame aardmetalen).
VNNI	Natuursteenimporteurs	Gesprek over ketentransparantie Geen vervolgacties (deelname aan IDH natuursteenprogramma)
CBW-Mitex, CBM	Meubel- en kledingdetailhandel, meubelfabrikanten	In kaart brengen grondstoffenketen leer Verkenning draagvlak netwerk duurzaam leder
FGZ	Goud en Zilver	Deelname FGZ aan MVO Expeditie Beleidsplannen. Open vraag voor ketenanalyse
NKI	Koeltechniek producenten	Deelname NKI aan MVO Expeditie Beleidsplannen. Vooronderzoek naar koelindustrie (winning en verwerking van) koelmiddelen en kinderarbeid afgerond.
DPA, Productschap tuinbouw	Tuinbouw	Vraag hoe IMVO in inkoopproces goed vorm te geven (sperziebonen en paprika's)
Diverse agrofood partijen	Agrofood, specerijen, zoetwaren	Verkenning programma Voedselzekerheid, start 2012
EFSA, GEBRA, ORNES, PPP, Divebo	Prullaria	Open vraag ketenanalyse vanuit Filippijnen
ANVR	Toerisme	Evt. overname toerisme project IDH

Gesprekken met andere intermediairs

Organisatie	Regio/thema	Samenwerking
Fenedex	exporteurs	Gezamenlijke communicatie en workshop
Ministerie Buitenlandse Zaken, Partos, BoP Inc, NL EVD Internationaal, VNO-NCW Fairfood		Brainstorm ontwikkelingsgericht ondernemen; vervolg vindt bilateraal plaats Netwerkgesprek, geen samenwerking
Partos	Brancheorganisatie OS-organisaties	MKB-desk
NCDO		Netwerkgesprek

Bijlage XI: Het Partnermanifest



VISIE OP MVO

Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) betekent dat bij alle bedrijfsbeslissingen niet alleen het effect op de winst telt, maar dat ook de gevolgen voor mensen binnen en buiten het bedrijf en het milieu een zwaarwegende rol spelen.

MVO is een proces van waardecreatie waarbij de ondernemer voortdurend streeft naar een optimale balans tussen people, planet en profit.

MVO is daarom vooral maatwerk en kenmerkt zich door innovatie en maatschappelijke legitimatie.

Aan de betrokkenheid en de belangen van werknemers, klanten, leveranciers, maatschappelijke organisaties en andere belanghebbenden wordt grote waarde toegekend.

De keuzes die het bedrijf maakt worden op een eerlijke en transparante manier gecommuniceerd en verantwoord.

De principes voor MVO staan onder andere verwoord in de OESO-richtlijnen, de ILO-normen, ISO 26000 en de SER-rapporten 'De winst van waarden' en 'Internationaal maatschappelijk verantwoord ondernemen'.

Kennisdeling en samenwerking tussen zowel bedrijven onderling als met maatschappelijke organisaties en andere betrokkenen is bij MVO van groot belang om vooruitgang te blijven boeken. MVO is nooit 'af'.

Als ondertekenaar van dit manifest onderschrijft u deze visie op MVO.

Onder het motto "be the change you want to see in the world" hanteert u deze visie als uitgangspunt voor al uw bedrijfsbeslissingen.

MVO NEDERLAND

MVO Nederland is dé nationale kennis- en netwerkorganisatie die ondernemers inspireert, stimuleert en ondersteunt om maatschappelijk verantwoord te ondernemen.

Ons streven is dat alle ondernemers in ons land MVO als dé standaard gaan beschouwen voor ondernemen in de 21e eeuw.

Als partner of supporter van MVO Nederland ondersteunt u deze ambitie en bent u bereid hieraan zowel binnen uw bedrijf als extern actief bij te dragen.

ALS PARTNER VAN MVO NEDERLAND

ONDSCHRIJFT U DE VOLGENDE UITGANGSPUNTEN

01

Bij alle bedrijfsbeslissingen streven wij naar een zorgvuldige balans tussen people, planet en profit.

02

Wij streven naar een zo klein mogelijke ecologische voetafdruk. Dit doen wij door o.a. de milieubelasting, het energiegebruik en de CO₂-uitstoot zo veel als kan te reduceren, en waar mogelijk volledig schoon te produceren.

03

Wij bevorderen de vitaliteit, inzetbaarheid en ontwikkeling van onze medewerkers.

04

Wij streven in onze personeelssamenstelling naar diversiteit in geslacht, herkomst, cultuur en leeftijd.

05

Wij creëren kansen voor groepen die het op de arbeidsmarkt moeilijk hebben.

06

Wij letten bij het inkopen van producten en diensten sterk op de sociale en milieu- aspecten die bij de productie, het transport en het gebruik een belangrijke rol spelen en maken daarover afspraken met onze leveranciers en afnemers.

07

Wij zoeken voortdurend naar nieuwe kansen op het gebied van duurzame producten en diensten.

08

Wij staan open voor samenwerking en partnerschappen en zijn bereid kennis en ervaringen actief te delen.

09

Wij leveren een bijdrage aan de leefbaarheid in de plaats of regio waarmee wij zijn verbonden.

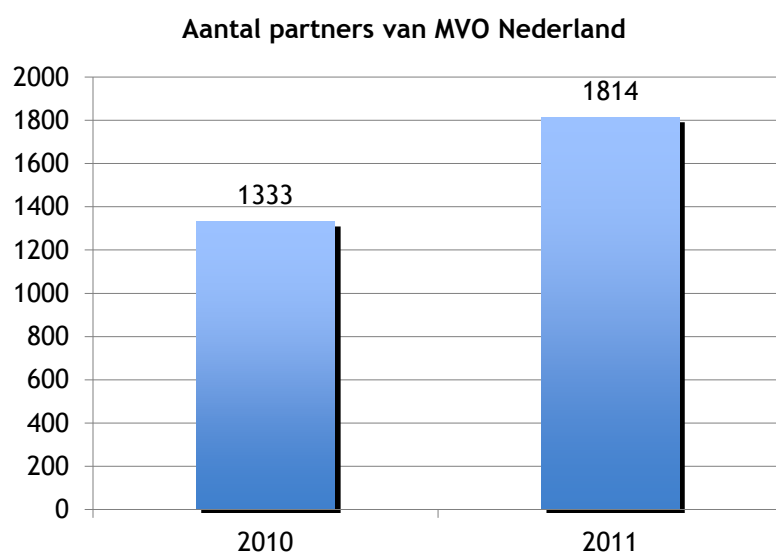
10

Wij formuleren periodiek nieuwe MVO-doelen, geven over de vorderingen eerlijke en heldere informatie en zijn bereid hierover met belanghebbenden in overleg te treden.

Bijlage XII: Partnerrapportage

Het aantal partners van MVO Nederland is met ruim 38 procent toegenomen ten opzichte van 2010, maar is achtergebleven bij de groei van 2010 en de doelstelling voor 2011. De doelstelling was om een groei van 660 partners te bereiken in 2011, het resultaat voor 2011 is een groei van 481 partners.

In bedrijfsgrootte is een verschuiving zichtbaar van klein (1-10 fte) naar middelgroot (11-100 fte) en groot (>500 fte) zichtbaar. In de markt krijgen we een steeds grotere dekking in segment van grote bedrijven.



Oorzaken van opzegging van het partnerschap:

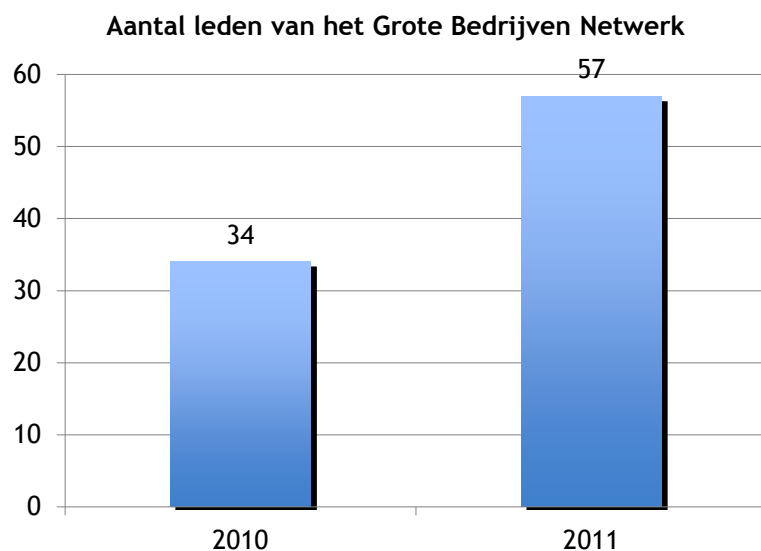
De mindere groei is aan de ene kant veroorzaakt door opzeggingen: 117 in 2011 ten opzichte van 62 in 2010. Dat is op zich logisch vanwege het groeiende aantal partners. Relatief, ten opzichte van het aantal partners aan het begin van het jaar, zijn de opzeggingen afgenomen tot 8,7 procent (2010 9,2 procent).

Bijna een kwart van het aantal opzeggingen is te wijten aan natuurlijk verloop: deze bedrijven zijn gesloten, bijna een verdubbeling ten opzichte van het jaar daarvoor (2010 13 procent). Er waren slechts vijf opzeggingen in de categorie >100 fte.

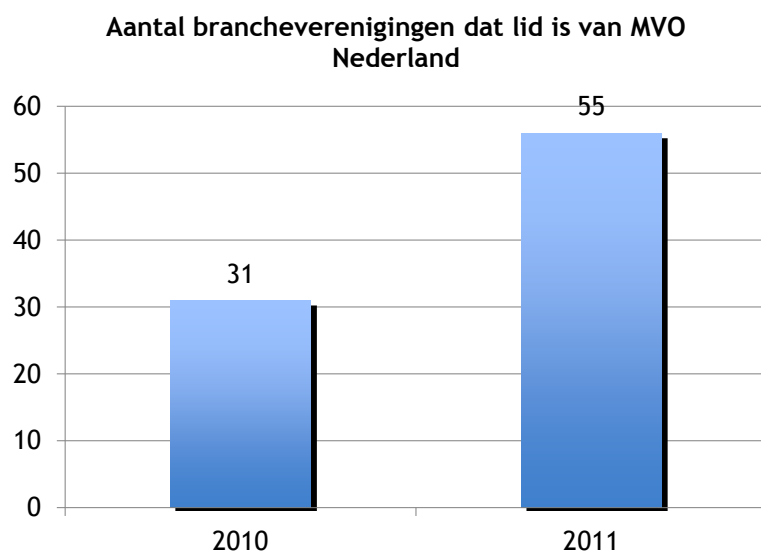
Aan de andere kant is de aanwas teruggelopen tot 598 aanmeldingen (2010: 723). Belangrijkste verklaring daarvoor is dat er in 2011 geen grote acquisitiecampagne is gehouden. Daarnaast lijkt het erop dat de autonome groei enigszins terugloopt.

Extra aandacht voor acquisitie is daarom noodzakelijk. Voor de introductie van het vernieuwde partnerschap dit voorjaar is inmiddels een retentie en acquisitiecampagne voor begin 2012 in voorbereiding.

Het Grote Bedrijven Netwerk groeide met 23 leden in 2011. Er waren 26 nieuwe aanmeldingen en 3 opzeggingen (Siemens (wel gewoon partner gebleven), BAT en Dura Vermeer).



Ook het aantal brancheverenigingen is sterk gegroeid. Op 31 december 2011 waren 55 brancheverenigingen partner, een groei van 25 leden ten opzichte van 2010. Er waren geen opzeggingen in het afgelopen jaar.

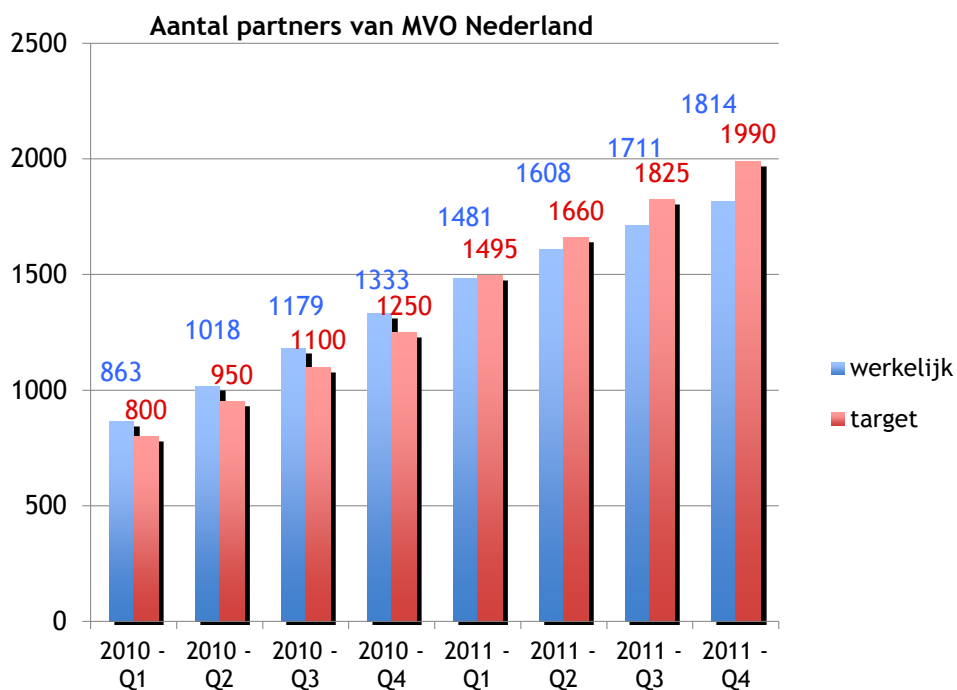


(peildatum: 31 dec 2011)

	2008	2009	2010	2011
Groei				
Aantal partners 31 dec	505	672*	1333	1814
Groei absoluut	350	167	661	481
Jaarlijks groei%	225,8%	33,1%	98,4%	36,1%
GBN uitgelicht:				
Netto aantal GBN		23	34	57
Aantal opzeggingen GBN		0	3	3
Branche uitgelicht:				
Netto aantal		20	31	55
Aantal opzeggingen		2	0	0
Opzeggingen				
Totaal # opzeggingen		60	62	117
Opzeg%		11,8%	9,2%	8,7%

Partners naar grootte

Aantal werknemers	2009	2010	2011
1	22%	22%	21%
2-10	42%	42%	41%
11-100	21%	21%	22%
101-500	6%	7%	7%
500+	4%	3%	3%
branche	2%	2%	3%
GBN	4%	2%	3%
Eindtotaal	100%	100%	100%



Aantal partners naar sector

Hoofdbranche	Aantal bedrijven	Hoofdbranche	Aantal bedrijven
Adviesdiensten	551	Adviesdiensten	30%
Diensten (fac./pers.)	383	Diensten (fac./pers.)	21%
Industrie	244	Industrie	13%
Detailhandel	111	Detailhandel	6%
Bouw	117	Bouw	6%
Maatschappelijke org.	46	Maatschappelijke org.	3%
Groothandel	64	Groothandel	4%
Horeca	37	Horeca	2%
Banken en verzekeringen	24	Banken en verzekeringen	1%
Gezondheid en welzijn	39	Gezondheid en welzijn	2%
Landbouw	34	Landbouw	2%
Vervoer	28	Vervoer	2%
Overheid en onderwijs	25	Overheid en onderwijs	1%
Overig	111	Overig	6%
Eindtotaal	1814	Eindtotaal	100%

Bijlage XIII: Bestuursleden en Programmaraad

Bestuur MVO Nederland 2011

Het stichtingsbestuur bestaat uit zeven leden. Het bestuur neemt de belangrijkste beleidsbeslissingen en stelt een jaarlijks werkplan vast. Het bestuur vergadert ongeveer vijf keer per jaar. Het bestuur bestaat uit de volgende bestuursleden:

Simon van Driel is de voorzitter van MVO Nederland. De heer Van Driel heeft een aantal toezichthoudende posities in het bedrijfsleven, cultuur en het onderwijs. Hij vervulde diverse functies binnen de overheid en het bedrijfsleven en was lid van de Eerste Kamer. Tot 2009 was hij voorzitter van de directie van Loyalis N.V.

Anne Jan Zwart - ECOStyle Holding te Appelscha - is directeur bij ECOstyle, een familiebedrijf dat uitgegroeid is tot een internationaal opererend bedrijf met werkmaatschappijen in Nederland, België en Scandinavië. ECOstyle levert biologische bestrijdingsmiddelen, zoals nuttige insecten en schimmels. Met de titel 'Onderneming van het jaar 2001' laat ECOstyle zien dat maatschappelijk verantwoord en ondernemerschap hand in hand gaan.

Eric Bouwmeester - HECHT! Communication & Sustainable Development - is ruim dertig jaar werkzaam in leidinggevende posities in PR en Corporate Communicatie waarvan de laatste twintig jaar in combinatie met Duurzame Ontwikkeling of MVO. Hij gaf leiding aan communicatie adviesbureaus en werkte ondermeer bij Heineken, DSM N.V., ABN Amro N.V en Fortis Group. Sinds 2010 is hij directeur-eigenaar van Hecht!

Johan Doruiter - Senior Vice President Southern Europe Technology & Managing Director the Netherlands, Oracle Nederland - is verantwoordelijk voor de regio Iberia, Frankrijk en Italië. Johan Doruiter heeft onder meer bij Hagemeyer, Fujitsu en Siemens gewerkt.

Lizzy Doorewaard (vanaf mei 2011) is jarenlang werkzaam geweest als CEO van trainings- en congrescentrum SBI en daarvoor als consultant en partner bij Twynstra Gudde. Momenteel vervult ze verschillende functies als commissaris, bestuurder en adviseur bij onder andere Grant Thornton, Bloomville, Stichting Christelijke Pers (Trouw) en VNO-NCW.

Tineke Bahlmann - Voorzitter Commissariaat voor de Media en hoogleraar bedrijfseconomie Universiteit Utrecht - is daarnaast commissaris/bestuurder bij onder andere ING, Nedap, Canisius Wilhelmina Ziekenhuis Nijmegen, Deloitte en Max Havelaar. Tineke Bahlmann heeft ruime ervaring in het adviseren van bedrijven over strategievorming, organisatieverandering, leiderschap en innovatie.

Ton Nelissen (tot mei 2011) - Waarnemend voorzitter bestuur Kamer van Koophandel Nederland - is voormalig lid van de Raad van Bestuur van bouwconcern Dura Vermeer en vice-voorzitter van Bouwend Nederland, de branchevereniging voor bouw- en infrabedrijven, waar hij ook voorzitter was van de werkgroep MVO.

Z.K.H. Prins Carlos Bourbon de Parme - onder andere directeur Insid - is al geruime tijd actief op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen, onder meer door jonge ondernemers te adviseren en te ondersteunen op het gebied van duurzaamheid en door actief deel te nemen aan discussies en projecten op dit terrein.

Programmaraad MVO Nederland 2011

Naam	Afgevaardigd namens	Functie	Categorie
Simon van Driel	MVO Nederland	voorzitter	
Huibrecht Bos	VNO-NCW	directeur MoveNext	mainstream
Wim van Dijk	Uneto-VNI	voorzitter Platform MVO van Uneto-VNI	mainstream
Paul van den Heuvel	VVNH (Koninklijke Ver. Nederlandse Houtondernemingen)	directeur	mainstream
Huib Klamer	VNO-NCW	secretaris levensbeschouwing en ondernemen	mainstream
Wim de Kleuver	KvK Noord Nederland	directeur	mainstream
Mario van Mierlo (tot april 2012)	MKB-Nederland	beleidsmedewerker	mainstream
Erik de Ruijter	NRK (Nederlandse Rubber- en Kunststofindustrie)	directeur	mainstream
Mark Streuer	CBW-Mitex	manager	mainstream
Andrea van de Graaf	De Meerlanden (NB per 2012 werkzaam bij Urgenda)	manager Strategy Sustainability and Communication	koploper
John Halmans	Gulpener	algemeen directeur	koploper
Jeroen Jansen	ASN Bank	directeur	koploper
Dorien Wietsma	VolkerWessels	directeur corporate responsibility & communications	grootbedrijf
Sijas Akkerman	Stichting Natuur & Milieu	projectleider	NGO
Suzan van der Meij	MVO Platform	coördinator	NGO
Johan Verburg	Oxfam Novib	coördinator private sector	NGO
Enno Masurel (tot november 2011)	CIMO VU	hoogleraar	wetenschap
Hans Hoogeveen	Ministerie van EL&I	directeur-generaal	overheid