

Meer informatie:

- *René Janssen: ambassadeur dagschoonmaak*, verschenen in Service Management 12-2006, thema Dagschoonmaak.
- *De onvermijdelijke opmars van dagschoonmaak*, verschenen in Service Management 12-2006, thema Dagschoonmaak.
- *Ministerie van SZW: voortrekkersrol in dagschoonmaak*, verschenen in Service Management 12-2006, thema Dagschoonmaak.
- *Gemeente Zwolle wil met dagschoonmaak voorbeeld stellen*, verschenen in Service Management, 5-2008.
- *Ruud Zander Schoonmaakbedrijf: missionaris dagschoonmaak*, verschenen in Service Management 9-2009, thema Dagschoonmaak.
- *Implementatie dagschoonmaak: hoe?*, verschenen in Service Management 9-2009, thema Dagschoonmaak.
- *Vitens investeert in de toekomst*, verschenen in Service Management 9-2009, thema Dagschoonmaak.
- *Dagschoonmaak: gezond voor mens, bedrijf en milieu!?*, verschenen in Service Management 9-2009, thema Dagschoonmaak.
- *Verplaatsen van de schoonmaakuitvoering van avond- naar daguren*, Schoonmaak Totaal, editie 6 - november 2008.

Maatschappelijk verantwoord ondernemen: hoe?

Er wordt steeds meer gelet op de schoonmaakbranche. Juist in deze branche spelen dan ook veel thema's af, die voor de samenleving steeds belangrijker worden. Hoe kunnen we kansen bieden aan laagopgeleide medewerkers? Hoe zorgen we voor milieuvriendelijker werken? Hoe kunnen we de integratie tussen allochtone en autochtone medewerkers bevorderen? Deze thema's worden tegenwoordig veelvuldig besproken. En met maatschappelijk verantwoord ondernemen wordt er steeds actiever op deze thema's ingespeeld.

Lili Mostard*

Maatschappelijk verantwoord ondernemen is niets anders dan naast streven naar winst ook bewust omgaan met de omgeving (mens en milieu). In feite gaat het daarbij over de *waarden* van een bedrijf en daardoor heeft het impact op alle kernprocessen, van marketing tot inkoopmanagement. MVO is dus invulling van ondernemerschap.

Definitie MVO volgens commissie-Brundtland (1987)

Het voldoen aan de behoeften van vandaag zonder toekomstige generaties te beroven van de mogelijkheid om aan hun eigen behoefte te voldoen.

MVO: het verschil

Elk bedrijf onderneemt in meer of mindere mate maatschappelijk verantwoord. Vaak is het verschil tussen bedrijven de manier waarop MVO ook daadwerkelijk onderdeel vormt van de bedrijfsvisie en doelstellingen. Juist die aanpak biedt kansen om de waarden van een bedrijf te bewaken en te zorgen dat MVO in alle kernprocessen doordringt. Zo is MVO ook niet iets wat je als bedrijf wel of niet doet, maar maakt het telkens deel uit van je dagelijkse werkzaamheden. Het is een continu verbeterproces, waardoor er geen optimale MVO-situatie of -eindpunt bestaat waarop een bedrijf volledig verantwoord onderneemt.

MVO is meer dan wet- en regelgeving

Het is een misverstand dat MVO gaat om minimalisatie van risico's en negatieve gevolgen van bedrijfsactiviteiten, of om beperkingen binnen ondernemerschap. MVO gaat juist om proactief op zoek gaan naar creatieve oplossingen en creëren van waarde voor het bedrijf en de maatschappij. MVO is dan ook per definitie meer dan voldoen aan wet- en regelgeving.

* Lili Mostard is zelfstandig ondernemer (PureBizz) en motiveert en stimuleert bedrijven bij maatschappelijk verantwoord ondernemen (06 - 42 08 07 52 - www.purebizz.nl)

MVO: waarom?

Er zijn voldoende redenen om bewust en verantwoord te ondernemen. Een belangrijke reden is dat het *extra kansen* biedt. De overheid en het bedrijfsleven vragen namelijk steeds vaker naar verantwoorde diensten. En dit zal in de toekomst alleen maar meer worden. Zo start de overheid vanaf 1 januari 2010 met duurzaam inkopen. Dit betekent dat zij duurzame criteria meenemen in de selectie van schoonmaakleveranciers. Het wordt hiermee dus een voorwaarde dat bedrijven kunnen aangeven wat zij op het gebied van deze duurzame criteria doen. Een bedrijf moet in de toekomst duidelijk kunnen maken hoe zaken geregeld zijn.

Redenen voor MVO

- kostenbesparingen (bijvoorbeeld zuiniger omgaan met energie, terugdringen ziekteverzuim);
- verbetering externe relaties/imago (bijvoorbeeld door transparant ondernemerschap);
- marktkansen (bijvoorbeeld duurzaam inkopen overheid - zie kader);
- trotse medewerkers (aantrekkelijke werkgever);
- innovatief karakter (MVO kan leiden tot meer creativiteit en origineel ondernemerschap);
- maatschappelijke bijdrage (milieu en omgeving).

Daarnaast kan maatschappelijk ondernemen ook *kostenbesparingen* opleveren. Denk bijvoorbeeld aan minder kosten omdat er minder afval ontstaat, energiebesparing of daling van het ziekteverzuim. Het is dus een misverstand dat maatschappelijk ondernemen leidt tot extra kosten.

Een derde reden om maatschappelijk te ondernemen is, dat het leidt tot *meer tevreden* medewerkers en een betere relatie met klanten. Medewerkers werken graag bij bedrijven die een positief imago hebben en zijn trots op hun werkgever. En zoals hierboven omschreven, letten klanten in toenemende mate op de invulling van MVO van leveranciers.

De overheid gaat 100% duurzaam inkopen vanaf 2010

Duurzaam inkopen houdt in dat milieu- en sociale criteria worden gesteld aan producten en diensten. De Nederlandse overheid wil voorloper zijn in deze ontwikkeling en heeft daarom criteria voor 80 verschillende productgroepen laten opstellen door SenterNovem, een agentschap van het ministerie van Economische Zaken. De Rijksoverheid heeft als ambitie om in 2010 100% duurzaam in te kopen. Voor provincies en waterschappen is deze ambitie 50%. Gemeenten streven naar 75% in 2010 en 100% in 2015.

SenterNovem heeft ook criteria opgesteld voor de productgroep Schoonmaak. Die groep heeft betrekking op schoonmaakwerkzaamheden die door een schoonmaakbedrijf worden uitgevoerd in kantoorgebouwen. Het betreft het gebruik van schoonmaakmiddelen voor dagelijks gebruik en activiteiten van het schoonmaakbedrijf. Binnen de criteria ligt de nadruk om milieuaspecten van schoonmaak, zoals de milieubelasting van schoonmaakmiddelen, en training van personeel over milieuaspecten van schoonmaak. Sociale criteria zijn vooral gericht op arbeidsomstandigheden, zoals opgesteld door de International Labour Organisation (ILO). Een voorbeeld is bescherming tegen discriminatie.

Meer informatie: www.senternovem.nl/duurzaaminkopen/Criteria/facilitair/schoonmaak.asp

MVO: starten

Hoe kunt u een start maken met maatschappelijk verantwoord ondernemen? Vaak is het helemaal niet moeilijk. Kijk eerst maar eens wat uw bedrijf allemaal al doet, vaak is dat al meer dan u denkt. Bedrijven voldoen bijvoorbeeld veelal aan de ISO 9001- en ISO 14001-standaard. Of ze hebben al een opleidingsbudget om medewerkers op te leiden en werken ze met milieuvriendelijke schoonmaakmiddelen.

Vervolgens kan de bedrijfsleiding bepalen wat zij belangrijk vindt. Hoe wilt u overkomen bij klanten en medewerkers? Wat vindt u nu echt belangrijk? Vaak komt u er dan achter dat dit juist de reden is waarom het bedrijf oorspronkelijk is gestart, de ideeën die iemand persoonlijk belangrijk vindt in het leven.

Die ideeën kunt u vervolgens bewuster meenemen in het ondernemerschap. Wanneer de leiding van het bedrijf de ideeën specifiek gaat benoemen richting haar medewerkers, dan treedt er al snel een verandering op: bewustwording leidt tot gedragsverandering!

Uiteindelijk wilt u de ideeën natuurlijk vertalen in concrete doelstellingen. Voor elk bedrijf zijn deze doelstellingen anders. Het ene bedrijf legt de focus op het bieden van kansen voor haar medewerkers, een ander bedrijf onderscheidt zich op het gebied van milieu en gebruikt alleen nog duurzame schoonmaakmiddelen en sponsort een milieuorganisatie.

Stappenplan

1. Analyseren van de bestaande situatie (nulmeting).
2. Voeren van inspiratiegesprek met bedrijfsleiding over drijfveren, visie en ambitie.
3. Bepalen MVO-visie en strategie op hoofdlijnen.
4. Samenstellen MVO-werkgroep.
5. Brainstormen over hoofdthema's MVO-beleid (werkgroep/directie).
6. Opstellen actieplan vanuit MVO-visie, nulmeting, verbeterdoelstellingen.
7. Intern communiceren: bewustwording onder medewerkers.
8. Extern communiceren: transparantie.

MVO in de schoonmaak: enkele belangrijke aspecten

People

- ondersteuning bij werkzaamheden via ergonomisch optimale hulpmiddelen;
- veiligheid en gezondheid op de werkvloer;
- optimale sociale begeleiding door bijvoorbeeld investeringen in opleiding.

Planet

- minimaliseren milieu-impact schoonmaakmiddelen (productieketen en gebruik);
- streven naar 100% recyclebare gebruiks- en verbruiksmaterialen;
- minimaliseren CO₂-uitstoot/klimaatneutraal werken.

Profit

- transparantie;
- duurzame werkgelegenheid (contracten en beloning);
- maatschappelijke betrokkenheid (sponsoring).

MVO: brancheontwikkelingen

In de schoonmaakbranche zijn inmiddels diverse ontwikkelingen zichtbaar als het gaat om maatschappelijk verantwoord ondernemen. Zo is er een groeiend aantal bedrijven dat een (gecertificeerd) milieumanagementsysteem heeft ingevoerd (EMAS of ISO 14001). Ook kiezen bedrijven steeds vaker voor milieuvriendelijke producten, bijvoorbeeld met het Europees Ecolabel. Daarnaast heeft de Europese branchevereniging het Charter for Sustainable Cleaning opgezet. Dit charter heeft tot doel om duurzaamheid in de branche ter vergroten en nieuwe ontwikkelingen en initiatieven zichtbaar te maken.

Oorspronkelijk is de schoonmaakbranche vanuit zichzelf vrij traditioneel ingesteld. Er zijn nog maar weinig bedrijven die zich echt onderscheiden ten opzichte van de concurrentie. In andere branches zijn deze bedrijven wel aanwezig. Bijvoorbeeld de Triodos Bank in de financiële wereld of aan de Body Shop bij verzorgingsproducten. Waarom claimt nog niemand deze positie in de schoonmaakbranche?

Het idee dat het uiteindelijk alleen maar om de prijs gaat, overheerst nog. Natuurlijk zal de prijs altijd een van de belangrijkste criteria blijven, maar alleen met een goede prijsstelling redt u het op de lange termijn niet. En het ondernemen wordt er ook gewoon een stukje leuker mee!

Meer informatie:

- *Maatschappelijk verantwoord en duurzaam ondernemen in de schoonmaaksector*. Schoonmaak Totaal, editie 6.
- *Milieu en afval*, De meest gestelde vragen in de Schoonmaak, een Kluwer-uitgave van P. Stoffer en C.M.H. van der Velden.
- *Schoonmaakbranche: zakelijke believers in maatschappelijk verantwoord ondernemen*, verslag van Kluwer-congres in november 2007 over MVO, verschenen in Service Management, januari/februari 2008.
- *ISS over maatschappelijk verantwoord ondernemen: 'We doen het uit overtuiging!'*, verschenen in Service Management, januari/februari 2008.
- *Glas- en gevelonderhoudbedrijf Rietbroek: MVO'er van het eerste uur*, verschenen in Service Management, januari/februari 2008.
- *Groeiende interesse schoonmaakmiddelen met Europees Ecolabel*, verschenen in Service Management, januari/februari 2008.
- *Maatschappelijk verantwoord inkopen: goed voor mens, planeet en portemonnee*, verschenen in Service Management, januari/februari 2008.
- *MVO-initiatieven*, een overzicht van MVO-initiatieven in de schoonmaakbranche, verschenen in Service Management, januari/februari 2008.
- *diverse websites:*
www.mvonderland.nl, www.senternovem.nl/duurzaaminkopen, www.sustainable-cleaning.com,
www.eco-label.com, www.ilo.org, www.kvk.nl, www.klimaatneutraal.nl, www.p-plus.nl.