

**M200810**

**Duurzaam ondernemen in het MKB: kansen  
grijpen!**

**EIM Beleidscafé, 20 november 2008**

Coen Bertens en Myrna Pasaribu (EIM)  
Marieke Gombault en Kirsten Kossen (BECO)  
Zoetermeer, 20 november 2008





## Duurzaam ondernemen in het MKB

*Duurzaam ondernemen is inmiddels weer enkele jaren een hot topic en lijkt nu meer een blijvertje dan in de voorgaande decennia. Eind 2006 uitten 81 grote ondernemers hun zorg over de politieke desinteresse voor milieu en klimaat. Hoe staat het wat dit betreft met het MKB? Ziet men omzetskansen en ruimte om een serieuze bijdrage te leveren aan het verminderen van de klimaatverandering en/of de millenniumdoelen? Het EIM Beleidscafé van 20 november 2008 is geheel gewijd aan deze vragen. In het Beleidscafé gaan sprekers en bezoekers dieper in op het thema: Duurzaam Ondernemen in het MKB? Waar liggen de kansen? EIM presenteert tijdens het Beleidscafé resultaten van een onderzoek onder ongeveer 2.000 MKB-bedrijven in alle sectoren van het bedrijfsleven.*

### Duurzaam ondernemen

*Overheidsbeleid: ondersteunen van vrijwillig gedrag*

“Dit kabinet streeft naar een duurzame ontwikkeling. Duurzaamheid is dé centrale opgave voor de 21ste eeuw! Door ons energieverbruik te verminderen en duurzame energiebronnen in te zetten, verminderen we de opwarming van de aarde”. Dat zijn woorden van minister Cramer. Ook stelt de minister dat “duurzaam ondernemen de essentie van je bedrijfsstrategie moet zijn die doordringt in alle haarvaten van je onderneming”<sup>1</sup>.

De overheid stelt zich als taak om duurzaam ondernemen te bevorderen. Duurzaam ondernemen wordt daarbij door de overheid gezien als de vrijwillige bijdrage van ondernemingen in dit proces. De overheid zal bij dit onderwerp vooral ondernemingen stimuleren en uitdagen om stappen te gaan zetten. Partijen richten zich daarbij op zowel de economische, sociale als ecologische aspecten van duurzaamheid. Bij het overheidsbeleid voor duurzaam ondernemen zijn de ministeries van VROM (milieu), Economische Zaken (energie en MVO), Sociale Zaken en Werkgelegenheid, Verkeer en Waterstaat en Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit betrokken. Met programma's als Schoon en Zuinig, de Innovatieagenda, Duurzaam Inkopen en dergelijke wordt vanuit de nationale overheid flink ingezet op verandering en verankering.



<sup>1</sup> Bedrijf & Milieu, een verstandshuwelijk? Tijdschrift Milieu, VVM, 2008, nr. 7.

### *Europese aandacht voor duurzaamheid neemt sterk toe*

De ambities rond energiebesparing en duurzame energie zijn Europees flink aangescherpt. Ook zijn voor verschillende milieuthema's meer en scherpere Europese milieudoelen geformuleerd. Het gaat daarbij onder andere om de normering voor de kleinste deeltjes van fijn stof, herziening van de emissieplafonds voor luchtverontreiniging in 2020, de Europese inzet in het internationale klimaatbeleid en de implementatie van het nieuwe beleid voor chemische stoffen (REACH). Waar vanuit Nederland in het verleden nogal eens werd gesteld dat Nederland het 'beste jongetje' van de klas wilde zijn, komen er nu echter steeds meer geluiden dat Nederland zich qua milieuprestaties bepaald niet meer in de voorhoede begeeft. Sterker nog, op de 'Environmental Performance Index 2008' moet Nederland genoeg nemen met een erg teleurstellende 55e plek. Terwijl landen als Colombia en Letland in de top-tien staan, heeft Nederland nog een lange weg te gaan voordat het zichzelf als koploper kan betitelen<sup>1</sup>.

### *Ervaart het MKB duurzaam ondernemen als een kans?*

Vrijwillig beleid veronderstelt dat bedrijven kansen herkennen en grijpen. Maar een belangrijke voorwaarde daarbij lijkt de vraag of de bedrijven die ook daadwerkelijk zien. Hebben het creëren van een markt voor duurzaamheid door middel van duurzaam inkopen en de grote aandacht van de overheid voor duurzaam ondernemen inderdaad het beoogde effect?

Duurzaamheid is de laatste jaren niet alleen belangrijk geworden in de consumentenmarkt. Ook in de business-to-businessmarkt, op de kapitaalmarkt en de arbeidsmarkt wordt er steeds meer naar gevraagd. Voor de meeste MKB-bedrijven is energie en milieu echter doorgaans geen kernactiviteit. De ervaring met Schoner Producteren-programma's leert dat de kansen voor besparingen en bedrijfsoptimalisering buiten de radar van het MKB vallen, totdat men er gericht op gewezen wordt. De vraag is hiermee of MKB-ondernemers al kansen zien in duurzaam leveren en het verlagen van de ecologische 'footprint' van hun producten en processen.

### *Leeswijzer*

Deze minirapportage betreft een beschrijving van houdingen en enkele gedragingen van MKB-bedrijven op het gebied van duurzaam ondernemen. De ondervraagde MKB'ers maken deel uit van het MKB-Beleidspanel. Het panel bestaat uit een representatieve groep van ruim 2.000 MKB-bedrijven in alle sectoren van het bedrijfsleven, uitgezonderd de agrarische sector en de 'vrije beroepen'. Aan deze bedrijven zijn in de zomer van 2008 verschillende vragen voorgelegd.

De vragen zijn tot stand gekomen doordat EIM vooraf bij de Ministeries van Economische Zaken en VROM, Het EnergieCentrum MKB en de adviesbureaus BECO en Stimular actuele vragen heeft geïnventariseerd. EIM heeft

<sup>1</sup> 2008 Environmental Performance Index, Yale Center for Environmental Law and Policy, Yale University and Center for International Earth Science Information Network, Columbia University.

deze vragen vertaald naar enkele vraagblokken die respectievelijk betrekking hadden op:

- het duurzaamheidsbeleid van dit kabinet;
- kansen op het gebied van energie;
- kansen op het gebied van milieu;
- kansen op het gebied van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen<sup>1</sup>;
- enkele aspecten rond het feitelijke gedrag op het gebied van energie, milieu en MVO.

EIM en BECO hebben de antwoorden geanalyseerd en verwerkt in deze minirapportage die het fenomeen van duurzaam ondernemen belicht, vanuit het perspectief van de MKB-ondernemer. Dit doen we door te kijken naar de houding van ondernemers ten opzichte van vraagstukken rond energie en milieu en enkele gedragingen van het eigen bedrijf op die gebieden. Welke verwachtingen hebben ondernemingen voor hun eigen sector op dit gebied? Ook kijken we naar de verwachtingen die MKB-ondernemers hebben over het overheidsbeleid op energie en milieu. We sluiten af met de bereidheid tot maatschappelijk verantwoord ondernemen, de perceptie van MKB-ondernemingen op de invloed van maatschappelijk verantwoord ondernemerschap op het bedrijfsimago en de mate waarin het MKB kansen ziet op het gebied van MVO.

## **Vertrouwen MKB in overheidsbeleid**

### *Aandacht voor milieu is niet meer tijdelijk*

Binnen het Nederlandse MKB is de verwachting dat de aandacht voor het milieu ook na het huidige kabinet zal aanhouden, over het algemeen zeer sterk (91%). Er zijn nauwelijks verschillen tussen de sectoren.

### *Dus gesprek van de dag?*

Hoewel binnen het Nederlandse MKB de overtuiging bestaat dat de aandacht voor het milieu ook na het huidige kabinet zal aanhouden, geeft toch ruim driekwart van de bedrijven aan niet vaak met branchegenoten te spreken over klimaatvraagstukken die voor de sector spelen (78%). Slechts 15% zegt dit wel met enige regelmaat te doen. Vooral in de sector Vervoer, opslag en communicatie is het klimaat relatief vaker onderwerp van gesprek (27%).

<sup>1</sup> De meest gangbare omschrijving van MVO is dat een onderneming behalve dat zij streeft naar winst (profit), ook rekening houdt met het effect van de activiteiten op het milieu (planet) en oog heeft voor de menselijke aspecten binnen en buiten het bedrijf (people). Het gaat erom een balans te vinden tussen 'people', 'planet' en 'profit'.

Tabel 1 Het percentage MKB-bedrijven dat regelmatig met branchegeenoten spreekt over klimaatvraagstukken voor de eigen branche, naar sector

|  | %  |
|--|----|
| Industrie                                | 16 |
| Bouwnijverheid                           | 19 |
| Handel en reparatie consumentenartikelen | 18 |
| Logies en Maaltijden                     | 8  |
| Vervoer, opslag en communicatie          | 27 |
| Financiële instellingen                  | 5  |
| Verhuur en zakelijke dienstverlening     | 14 |
| Overige dienstverlening                  | 11 |

Bron: MKB-Beleidspanel 2008.

*Overheidsbeleid wordt nog maar door een beperkt deel van het MKB als kansrijk gezien*

Niettemin zijn MKB'ers nog weinig positief over de overheidsaandacht voor het milieu. Gemiddeld twee derde van de MKB'ers geeft aan dat de overheidsaandacht voor het milieu vooral lastenverhogingen voor het eigen bedrijf betekent. In het bijzonder in de sectoren Logies en Maaltijden (Horeca) en Vervoer wordt dat zo gevoeld. Verder gelooft slechts 14% van de MKB'ers dat de (toegenomen) overheidsaandacht voor het milieu hun bedrijf nieuwe omzetkansen biedt.

Gezien de grote aandacht van de overheid voor Duurzaam Inkopen en de aanscherping van de eisen rond energiebesparing in de Gebouwde omgeving is dat wel verrassend te noemen. In de bouw zien relatief de meeste MKB'ers (20%) omzetkansen, terwijl de financiële instellingen/adviseurs met minder dan 5% de achterhoede vormen. Opmerkelijk, aangezien de overheid de duurzaam-inkopencriteria voor inhuur externen recentelijk heeft vastgesteld, en aandacht voor de verlaging van de milieubelasting van het transport een minimumeis is. De zakelijke kansen van duurzaam leveren en de mogelijkheid om je op dat gebied te onderscheiden, lijken daarmee nog niet op het vizier van veel MKB-ondernemers te staan.

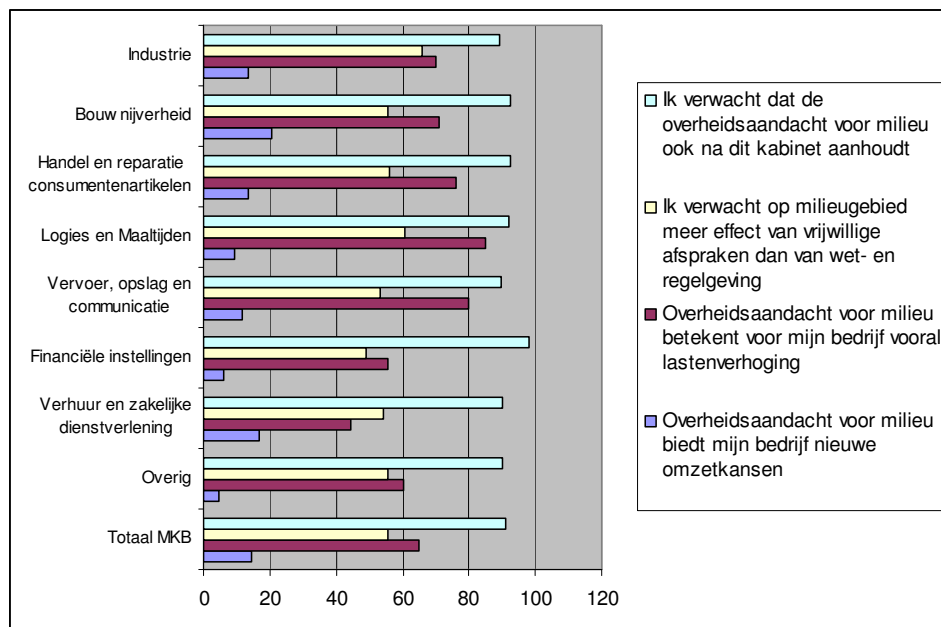
*(Lichte) voorkeur bij MKB voor vrijwillige afspraken*

Op de vraag aan de bedrijven of men op milieugebied verwacht dat vrijwillige afspraken dan wel wet- en regelgeving meer effect opleveren, blijkt 56% van het MKB een voorstander van vrijwillige afspraken. MKB'ers in de industrie zijn hier met 63% het meest uitgesproken over. Grotere MKB-bedrijven zijn ook meer voor vrijwillige afspraken.

Maar er kan geen verband worden vastgesteld tussen het regelmatig spreken met branchegeenoten en de verwachting dat van vrijwillige afspraken meer effect uitgaat dan van wet- en regelgeving. Niet meer dan 5% van de MKB-bedrijven zegt tegelijkertijd dat men branchegeenoten regelmatig

spreekt over klimaatvraagstukken die voor hun branche spelen en dat men voor vrijwillige afspraken is.

Figuur 1 Verwachtingen van MKB-ondernemingen over de overheid op milieugebied



Bron: MKB-Beleidspanel 2008.

*Daad bij woord? Energiekosten worden belangrijker, maar monitoring blijft beperkt*

Toenemende urgentie op het gebied van het beheersen van de energiekosten lijkt vanuit de jaarlijks stijgende energieprijzen een duidelijke business case. Gemiddeld ziet echter 41% van de MKB'ers beheersing van de energiekosten als een groeiend belang in de bedrijfsvoering. Per sector is hierin wel een grote variatie te zien. In de sector Logies & Maaltijden wordt dit het sterkst gezien (75%). Met 16% hecht de financiële sector hier het minst belang aan.

Het monitoren van de ontwikkeling van de energiekosten door de ondernemer lijkt dan toch wel het minste wat men kan doen: immers 'meten is weten'. Gemiddeld blijkt 28% van het MKB de ontwikkeling van hun energiekosten actief te volgen. 36% schaart zich in de categorie 'passief' en 36% doet het helemaal niet. Actieve sectoren zijn de vervoerssector (49%) en de horeca (43%). Opvallend laag scoren de bouw (19%), de zakelijke (19%) en de financiële (12%) dienstverleners. Het ligt voor de hand om te veronderstellen dat kleine (minder dan 10 werkzame personen) bedrijven hun energiekosten minder actief volgen dan grotere (meer dan 10 werkzame personen). Dat is wel het geval, maar die percentages liggen met respectievelijk 27% en 38% niet eens zo ver uit elkaar.

### *Daad bij woord? Klimaatneutraal ondernemen blijft intentie*

Klimaatneutraal ondernemen gaat uit van de trias-energetica. In drie stappen bereikt een onderneming klimaatneutraliteit. De eerste stap gaat het om het beperken van de energievraag: het verminderen van de benodigde hoeveelheid energie; voor de energiebehoefte die dan nog overblijft geldt stap 2: het gebruik van duurzame energie. De derde en laatste stap is het zuinig en efficiënt gebruik maken van fossiele bronnen. Tegenwoordig wordt hier vaak nog een 4<sup>e</sup> stap aan toegevoegd waarbij de ondernemer compenseert voor de CO<sub>2</sub>-uitstoot, bijvoorbeeld door energiebesparingsprojecten te financieren of bossen aan te planten.

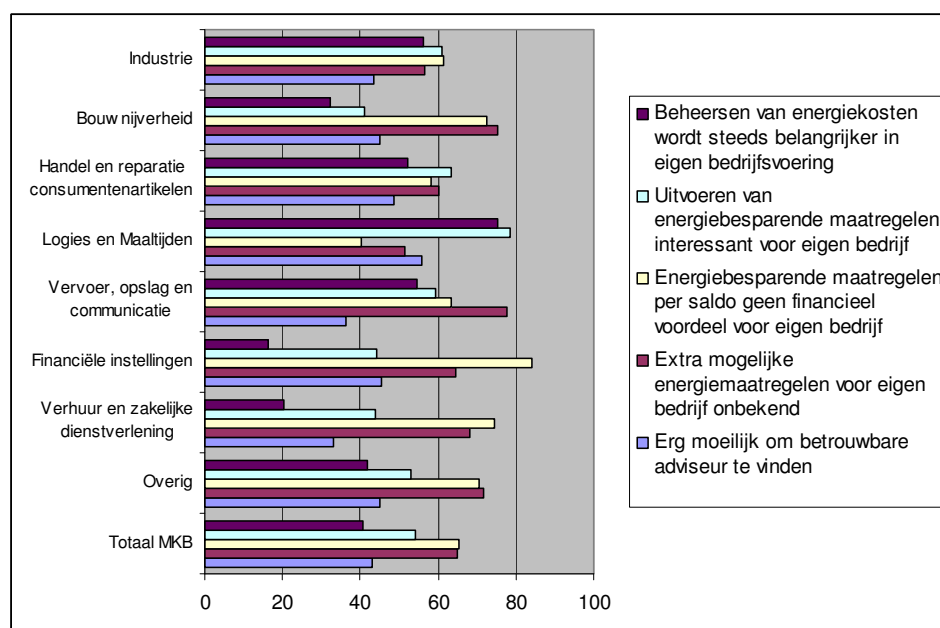
Gemiddeld geeft twee derde van de MKB-bedrijven aan dat klimaatneutraal ondernemen hen zeer aanspreekt. Dit geldt voor alle sectoren ongeveer in gelijke mate. Maar leidt deze belangstelling ook tot acties op het gebied van de trias-energetica?

### *MKB ziet beperkte kansen voor energiebesparing in de eigen bedrijfsvoering*

Opmerkelijk is dat ruim de helft van de ondervraagde MKB-bedrijven (54%) denkt dat het uitvoeren van energiebesparende maatregelen niet interessant is voor de eigen bedrijfsvoering. Daarbij meent bijna twee derde van de MKB-ondernemers dat het treffen van extra energiebesparende maatregelen het eigen bedrijf per saldo geen financieel voordeel oplevert.

Ook weet bijna twee derde van de respondenten niet welke extra energiebesparende maatregelen nog mogelijk zijn. Vanzelfsprekend roept dit de vraag op of de betreffende bedrijven wel genoeg weten over hun energiegebruik en -besparingspotentieel c.q. aan energiebesparing hebben gedaan.

Figuur 2 Verwachtingen op energiegebied voor de sector en voor het eigen bedrijf



Bron: MKB-Beleidspanel 2008.

*Men ziet wel meer kansen 'bij de burens'*

Gemiddeld 47% van de MKB-bedrijven denkt dat bedrijven in hun sector de energiekosten nog flink kunnen verlagen door energiebesparende maatregelen. Dit beeld lijkt zich niet goed te verhouden tot de (minder dan) een derde van de MKB-ondernemers die extra energiebesparende maatregelen voor het eigen bedrijf per saldo wel als een financieel voordeel beschouwen.

*Behoeftte aan betrouwbaar advies groot*

Misschien hangt dit samen met de aanwezige behoefte aan betrouwbaar advies. Gemiddeld 63% van de ondervraagde MKB'ers verwacht van het energiebedrijf een actieve bijdrage aan het verlagen van de energiekosten van het eigen bedrijf. Deze verwachting doet zich vooral voor bij MKB-bedrijven in de sector Logies en Maaltijden (73%). Des te opvallender is het om vervolgens vast te stellen dat 42% van de MKB'ers aangeeft dat het moeilijk tot zeer moeilijk is om een betrouwbare adviseur te vinden. Ook daarvoor geldt dat bedrijven in de sector Logies en Maaltijden (56%) dit het sterkst ervaren.

In tabel 2 is per sector inzichtelijk gemaakt hoeveel % van de MKB-bedrijven het helemaal (en tamelijk) eens is met de stellingen dat men niet weet welke extra energiebesparende maatregelen nog mogelijk zijn en dat het moeilijk is om een betrouwbare adviseur te vinden. Hier worden duidelijk kansen gemist. Vooral in de bouw en de handel lijkt er veel informatiebehoefte en -gebrek.

Tabel 2 Het percentage MKB-bedrijven dat het helemaal (- en tamelijk) eens is met de stellingen dat men niet weet welke extra energiebesparende maatregelen nog mogelijk zijn en dat het moeilijk is om een betrouwbare adviseur te vinden, naar sector

|  | <i>Helemaal mee eens<br/>(- incl. tamelijk mee eens)</i> |
|--|--|
| Industrie                                | 15 (-24)   |
| Bouwnijverheid                           | 20 (-36)   |
| Handel en reparatie consumentenartikelen | 18 (-30)   |
| Logies en Maaltijden                     | 12 (-24)   |
| Vervoer, opslag en communicatie          | 12 (-26)   |
| Financiële instellingen                  | 13 (-28)   |
| Verhuur en zakelijke dienstverlening     | 13 (-22)   |
| Overige dienstverlening                  | 18 (-34)   |

Bron: MKB-Beleidspanel 2008.

*Penetratiegraad groene stroom in MKB flink hoger dan onder consumenten*

De tweede stap van klimaatneutraal ondernemen is het gebruik van duurzame energie. Van de bedrijven in het MKB gebruikt gemiddeld 31% groene

stroom. Dat is overigens wel veel minder dan de eerder genoemde 67% die aangeeft dat klimaatneutraal ondernemen hen zeer aanspreekt. De horeca, bouw, industrie, zakelijke en overige dienstverlening komen allemaal (ruim) boven de 30% uit. De financiële dienstverleners gebruiken het minst vaak groene stroom (16%). Onder huishoudens is de penetratiegraad van groene stroom met ca. 2,5 miljoen huishoudens zo'n 15%.

## **Kansen op het gebied van energie en milieu**

Uit verschillende onderzoeken is bekend dat MKB-ondernemers energie-vraagstukken sterk associëren met betrouwbaarheid inzake levering, contracten en kosten. Vrij concrete zaken dus. Op het gebied van milieu ligt dat iets gecompliceerder, hoewel daar in de loop der jaren ook steeds meer duidelijkheid over is ontstaan (verpakkingen, afvalstromen en dergelijke). Complexer is echter het terrein van de milieu-innovaties.

### *Monitoren van afval en papiergebruik*

Evenals voor energie geldt, geldt voor het milieubeleid van bedrijven dat bepaalde zaken meetbaar zijn. Door gemiddeld 31% van de MKB-bedrijven wordt actief bijgehouden hoeveel afval het eigen bedrijf voortbrengt; 22% geeft aan dit passief te doen. Bijna de helft van de MKB-bedrijven doet dit dus niet en weet daardoor niet wat men kan besparen. De zakelijke en financiële dienstverleners lopen hierin duidelijk achter. De grotere MKB-bedrijven doen dit vaker dan de kleinere; dat lijkt logisch, want ook hier is geld te verdienen.

Gemiddeld 56% van de MKB-bedrijven geeft aan te letten op het verminderen van papierverbruik, waarvan ruim de helft vanuit een bewuste strategie. Er is hier geen verschil tussen grotere en kleine bedrijven.

Verder blijkt maximaal 15% van de MKB-bedrijven zijn afval niet gescheiden aan te leveren. Dat zijn overigens vooral kleinere bedrijven.

### *Milieucertificatie als teken van verankering*

Bedrijven die milieugecertificeerd zijn, laten weten dat milieu 'belangrijk is in de bedrijfsstrategie en doordringt in alle haarvaten van de onderneming'. In het MKB blijkt 6-7% van de bedrijven milieugecertificeerd te zijn. Binnen de 2.000 MKB bedrijven uit het Beleidspanel gaat het daarbij om 100 kleinere bedrijven (0-10 werkzame personen) en 25 grotere bedrijven (meer dan 10 werkzame personen). Alleen de zakelijke en financiële dienstverleners hebben een laag percentage milieugecertificeerde bedrijven.



### *Zeker kansen met nieuwe energiebesparende producten en diensten*

Van de ondervraagde MKB-bedrijven geeft 33% aan dat men verwacht dat door bedrijven in de sector goede zaken kan worden gedaan door klanten energiebesparende producten en adviezen aan te bieden. Deze verwachting is het grootst bij MKB'ers in de bouwsector (49%).

### *Milieuvriendelijke producten voor deel van MKB geen issue...*

Voor gemiddeld 46% van het MKB is het produceren of verkopen van milieuvriendelijke producten naar eigen zeggen niet van toepassing voor het eigen bedrijf. Met name MKB-bedrijven in de vervoerssector (73%), de financiële (70%) en zakelijke dienstverleners (61%) noemen dit. Voor het grotere MKB (meer dan 10 werkzame personen) ligt dit percentage overigens op 39%.

### *...en voor een deel juist wel!*

Omgekeerd blijkt in de andere sectoren (industrie, bouw, handel, logies en maaltijden en de overige dienstverlening) gemiddeld 20-35% van de bedrijven actief te zijn op het gebied van verkoop of productie van milieuvriendelijkere producten. Van de groep bedrijven die zich richt op verkoop of productie van milieuvriendelijkere producten doet zelfs meer dan de helft van de bedrijven dit vanuit een bewuste strategie.

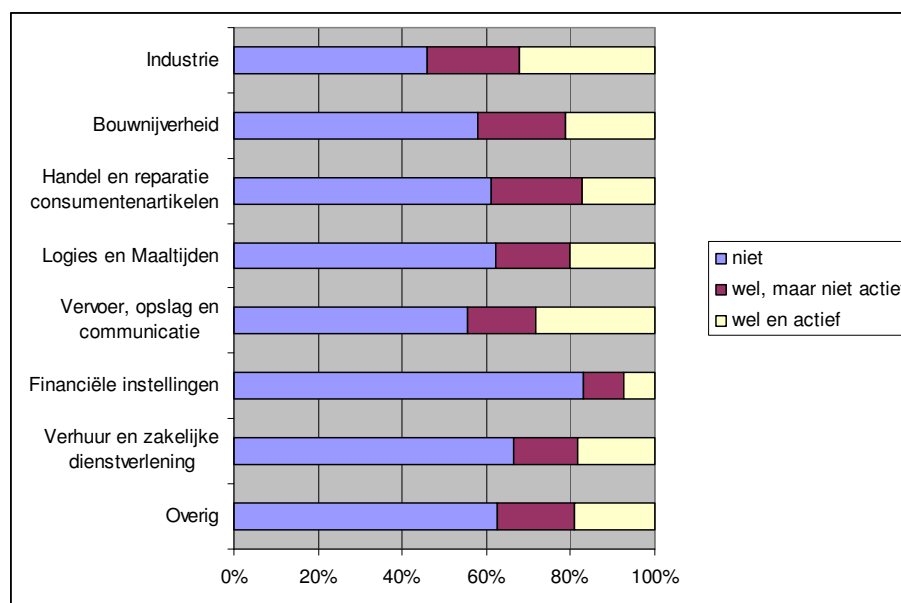
Verder is aan de bedrijven gevraagd of men actief zoekt naar milieuvriendelijkere productiemethoden, producten of diensten. Dat blijkt bij gemiddeld bijna 40% van de bedrijven het geval te zijn. De helft daarvan doet dat actief. Het zijn vooral de MKB-bedrijven in de industrie en het vervoer die zoeken naar milieuvriendelijkere productiemethoden, producten of diensten, gevolgd door de bouw en de horeca.

### *Beperkte groep MKB-bedrijven die milieukansen ziet*

Op de stelling of men nog mogelijkheden ziet om binnen de eigen bedrijfsvoering financieel aantrekkelijke milieubesparingen te realiseren reageert ongeveer 25-30% van de bedrijven in het MKB positief. De overige groep denkt dus van niet. Het gaat hierbij dus om zogenaamde back-office activiteiten (vooral de kostenkant).

Al eerder werd aangegeven dat voor gemiddeld 46% van het MKB het produceren of verkopen van milieuvriendelijke producten naar eigen zeggen niet van toepassing is voor het eigen bedrijf. Op de stelling of men denkt de concurrentiepositie voor het eigen bedrijf te kunnen verbeteren door in te spelen op het milieubeleid, geeft gemiddeld bijna 20% van de MKB-bedrijven aan kansen te zien om de concurrentiepositie voor het eigen bedrijf te verbeteren door in te spelen op het milieubeleid. Opnieuw blijft hier de financiële sector achter.

Figuur 3 Het zoeken naar milieuvriendelijker productiemethoden, producten of diensten naar sector



Bron: MKB-Beleidspanel 2008.

Interessant is het percentage MKB-bedrijven dat aangeeft kansen te zien en die te combineren met actief zoekgedrag dan wel vanuit de huidige verkoop of productie van milieuvriendelijke producten. Uit tabel 3 valt af te lezen dat het daarbij wel om een vrij beperkte groep bedrijven gaat.

Een en ander wekt toch sterk de indruk dat een belangrijk deel van het MKB nog niet doordrongen is van de veranderingen in de opdrachteisen die vanuit (duurzaam inkopen van) de overheid en grote bedrijven worden gesteld en/of in de nabije toekomst worden gesteld.

Tabel 3 De mate waarin MKB-bedrijven het helemaal eens zijn met de stelling dat men de eigen concurrentiepositie kan verbeteren door in te spelen op het milieubeleid, in relatie tot de vragen of men a) actief zoekt naar milieuvriendelijke productiemethoden, producten of diensten en b) milieuvriendelijke producten produceert of verkoopt, naar sector

|  | <i>Helemaal eens met verbeterkansen en produceert of verkoopt ook nu al</i> | <i>Helemaal eens met verbeterkansen en zoekt al actief</i> |
|--|---|--|
| Industrie                                | 5   | 12   |
| Bouwnijverheid                           | 7   | 10   |
| Handel en reparatie consumentenartikelen | 4   | 5  |
| Logies en Maaltijden                     | 5   | 12   |
| Vervoer, opslag en communicatie          | 2   | 8  |
| Financiële instellingen                  | 0   | 2  |
| Verhuur en zakelijke dienstverlening     | 3   | 8  |
| Overige dienstverlening                  | 3   | 7  |

Bron: MKB-Beleidspanel 2008.

*'Cradle to cradle': in de bouwsector lijkt bekendheid nog laag*

Een nieuwe ontwikkeling in het denken en doen over duurzaamheid is 'cradle to cradle'<sup>1</sup>. Opvallend is dat in de zakelijke dienstverlening dit nieuwe concept 'cradle to cradle' het meest bekend is (16%). Gemiddeld zegt 12% van de MKB-bedrijven te weten wat het concept omvat. Van deze 12% denkt gemiddeld 34% dat 'cradle to cradle' interessante kansen biedt voor de branche. In de bouwsector zien relatief de meeste bedrijven kansen, maar blijkt de bekendheid met C2C nog laag.

Tabel 4 Bekendheid met de term 'Cradle to cradle' en de verwachting van deze MKB-ondernemingen dat 'Cradle to cradle' interessante kansen biedt voor de branche

|   | <i>Bekendheid met de betekenis van 'Cradle to cradle'</i> | <i>'Cradle to cradle' biedt interessante kansen voor de branche</i> |
|---|---|---|
| Industrie                                 | 14  | 45  |
| Bouwnijverheid                            | 7   | 55  |
| Handel en reparatie consumenten artikelen | 11  | 32  |
| Logies en Maaltijden                      | 7   | 5   |
| Vervoer, opslag en communicatie           | 9   | 47  |
| Financiële instellingen                   | 8   | 10  |
| Verhuur en zakelijke dienstverlening      | 20  | 31  |
| Overige dienstverlening                   | 9   | 25  |

Bron: MKB-Beleidspanel 2008



<sup>1</sup> 'Cradle to cradle' is een ontwerpconcept van architect William McDonough en chemicus Michael Braungart. De kern van het concept is dat alle materialen een plaats krijgen in een biologische of technische kringloop. In de technische kringloop worden materialen gerecycled zonder kwaliteitsverlies. In de biologische kringloop worden materialen na gebruik omgezet in voedingsstoffen voor de natuur. Er is geen plaats meer voor stoffen die ergens in de productketen schade kunnen aanrichten aan mens of ecosysteem. Ook energie moet blijvend voorradig zijn; zonne- en windenergie staan hierbij centraal. Het streven is een toekomst waarin het begrip afval niet meer voorkomt, producten gezond zijn voor mens en omgeving en er gebruik wordt gemaakt van duurzame energie.

## Kansen op het gebied van MVO

Het denken over maatschappelijk verantwoord ondernemen lijkt door de recente (vertrouwens)crises en de Lissabon-agenda de laatste jaren een flinke vlucht te nemen. Waar de belangstelling hiervoor bij de non-gouvernementele organisaties (NGO's) op de bij MVO behorende onderwerpen al groot was, blijkt die bij grote bedrijven, universiteiten, kennisinstellingen, ministeries en provincies en dergelijke inmiddels ook aantoonbaar gestegen. De tijd dat MVO nog als een 'hype' kon worden bestempeld, ligt duidelijk achter ons. Maar bestaat dat beeld ook bij de MKB'er? Ziet men kansen op het gebied van MVO?

EIM heeft in 2007 samen met het Milieu en Natuur Planbureau (inmiddels PlanBureau voor de Leefomgeving) een uitgebreid onderzoek gepubliceerd over de belangstelling voor en het gedrag van MKB-bedrijven op dit gebied<sup>1</sup>. Gesteld kan worden dat in het onderzoek vooral is ingegaan op het zogenaamde 'laaghangende fruit' rond MVO. Hieruit bleek dat (het grotere) MKB vooral de 'people'-kant van MVO invult, maar dat er nog maar beperkt sprake is van combinaties van 'people en planet' resulterend in 'profit'. MVO Nederland verzamelt dergelijke voorbeelden als stimulans voor het MKB. Opvallend was in het onderzoek overigens ook het beperkte contact van MKB-ers met hun externe stakeholders.

### *'Tegen kinderarbeid' en 'Voor een eerlijk loon' sociaal wenselijk*

In de meting zijn enkele voor de hand liggende gedragingen rond MVO aan de bedrijven voorgelegd. Op de stelling 'als ik zelf iets kan doen tegen kinderarbeid, dan zal ik dat zeker niet laten' reageert 94% van de MKB-bedrijven instemmend. Verder zegt 91% van de ondervraagde MKB-bedrijven met zekerheid geen producten te verkopen waarvoor kinderarbeid is ingezet. Van de 2.000 ondervraagde MKB'ers zijn er 14 bedrijven die aangeven dat men producten verkoopt waarvoor kinderarbeid is ingezet. 8% van de MKB-bedrijven weet dit niet met zekerheid te zeggen. In de handel en horeca wordt hierover het meest getwijfeld. Gemiddeld 79% van de bedrijven geeft aan best bereid te zijn meer te betalen voor grondstoffen en handelsproducten, als de producenten daardoor eerlijk loon krijgen.

### *MVO vooral een imagokwestie?*

Van de MKB-ondernemingen vindt 49% het belangrijk voor het eigen bedrijf om de omgeving te vertellen over de 'goede dingen' die het doet. Dat is enigszins verrassend als we constateren dat gemiddeld 64% van de bedrijven het als een risico ziet wanneer het bedrijf wordt aangekeken op oneerlijke handel. Daarnaast denkt ruim twee derde van de MKB-bedrijven dat potentiële werknemers het aantrekkelijk vinden wanneer het bedrijf maatschappelijk verantwoord onderneemt.

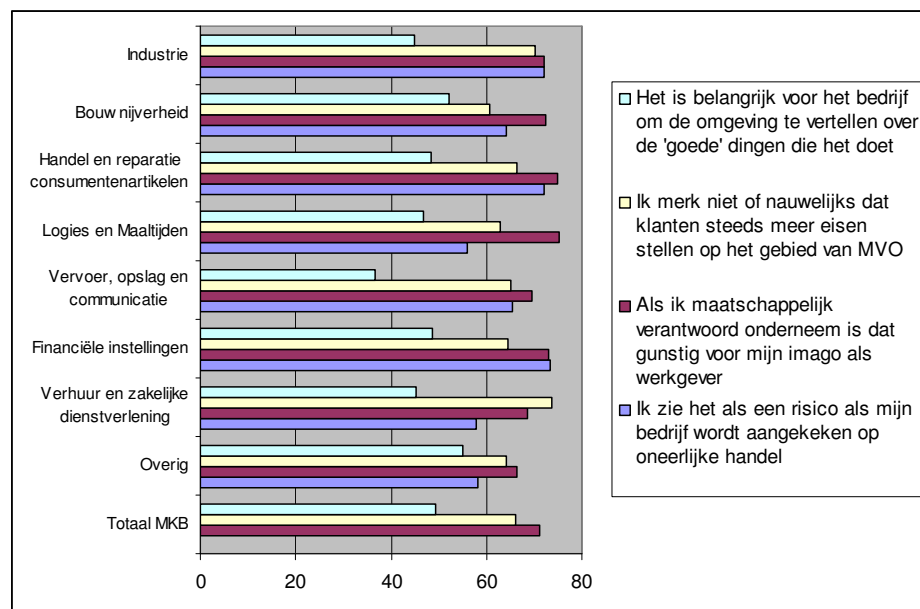
Voor hun klanten hoeven de meeste MKB-bedrijven het overigens niet te doen: iets meer dan een kwart van de MKB-bedrijven in het Nederlandse MKB als geheel merkt dat zijn klanten steeds meer eisen stellen op het ge-

<sup>1</sup> Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen in het grotere MKB: waar staan we?, EIM/MNP, 2007. Aan dit onderzoek hebben ook Good Company en Stimular bijgedragen.

bied van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Als wordt gekeken naar het percentage MKB-bedrijven dat èn merkt dat zijn klanten steeds meer eisen stellen op het gebied van MVO èn ervan overtuigd is dat men de eigen concurrentiepositie kan verbeteren door beter in te spelen op milieubeleid, dan varieert dat per sector tussen 3 en 6%.

Niettemin valt overal te lezen dat steeds meer (grote) bedrijven eisen stellen aan hun leveranciers. Ook de overheid zet hier stevig op in met haar duurzaam inkopen-programma. Voor 31 productgroepen met betrekking tot het Programma Duurzaam Inkopen zijn de milieucriteria nu gereed, terwijl de criteria voor de resterende 49 productgroepen nog dit jaar of in het eerste kwartaal van 2009 gereed komen. Deze klantvraag is blijkbaar nog niet aangekomen bij een groot deel van het MKB, wat ook de vraag oproept of duurzaam inkopen al in voldoende mate leidt tot duurzaam leveren.

Figuur 4 Maatschappelijk verantwoord ondernemen een imagokwestie?



Bron: MKB-Beleidspanel 2008.

*Grote groep MKB'ers zegt dat rond MVO alles al wel gedaan is*  
Opmerkelijk is de constatering dat gemiddeld 79%<sup>1</sup> van de MKB-bedrijven meent dat alles wel is gedaan wat men met het eigen bedrijf op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen redelijkerwijs kan doen.

Dit lijkt strijdig met het feit dat zo'n 45% van de bedrijven aangeeft niet actief te sturen op energiebesparing, afvalpreventie en papierbesparing, en dat slechts weinig bedrijven groene stroom afnemen. Tabel 5 geeft per sector het percentage bedrijven aan dat het helemaal eens is met de stelling

<sup>1</sup> 'Helemaal mee eens' en 'tamelijk mee eens'.

dat alles wel is gebeurd wat er in hun bedrijf redelijkerwijs op het gebied van MVO kan worden gedaan, maar dat de eigen afvalstromen in het geheel niet bijhoudt respectievelijk de energiekosten niet volgt.

Tabel 5 Het percentage MKB-bedrijven dat het helemaal eens is met de stelling dat alles wel is gebeurd wat er in hun bedrijf redelijkerwijs op het gebied van MVO kan worden gedaan, in relatie tot de vragen of men a) de afvalstromen niet bijhoudt en b) de energiekosten niet volgt

|  | <i>Helemaal mee eens en houdt de afvalstromen in het geheel niet bij</i> | <i>Helemaal mee eens en volgt de energiekosten in het geheel niet</i> |
|--|--|---|
| Industrie                                | 21   | 19  |
| Bouwnijverheid                           | 23   | 25  |
| Handel en reparatie consumentenartikelen | 16   | 14  |
| Logies en Maaltijden                     | 8  | 5   |
| Vervoer, opslag en communicatie          | 21   | 9   |
| Financiële instellingen                  | 32   | 30  |
| Verhuur en zakelijke dienstverlening     | 22   | 16  |
| Overige dienstverlening                  | 22   | 15  |

Bron: MKB-Beleidspanel 2008.

Van de MKB-bedrijven ziet gemiddeld 16% nog MVO-kansen. Van de totale groep MKB-bedrijven ondernemingen geeft 17% aan actief op zoek te zijn naar meer maatschappelijk verantwoorde producten. Nog eens 17% zegt hier wel naar op zoek te zijn, maar niet in een actieve vorm. In tabel 6 wordt per sector een overzicht gegeven van de percentages MKB-bedrijven die nog MVO-kansen zien. Vooral de sector Logies en Maaltijden springt er als sector uit. Als binnen die groep bedrijven wordt gekeken naar het percentage bedrijven dat actief op zoek is, worden de percentages aanzienlijk lager (3-6%).

Tabel 6 Het percentage MKB-bedrijven dat het oneens is met de stelling dat alles wel is gebeurd wat er in hun bedrijf redelijkerwijs op het gebied van MVO kan worden gedaan, in relatie tot de vraag of men actief (incl. passief ) zoekt naar maatschappelijk verantwoorde productiemethoden, producten of diensten, naar sector

|   | <i>Mee oneens dat alles is gedaan wat redelijkerwijs kan worden gedaan</i> | <i>Zoekt wel en actief (-incl. zoekt wel maar niet actief)</i> |
|---|--|--|
| Industrie                               | 10   | 3 (-5)   |
| Bouwnijverheid                          | 11   | 1 (-4)   |
| Handel en reparatie consumptieartikelen | 12   | 2 (-4)   |
| Logies en Maaltijden                    | 21   | 3 (-6)   |
| Vervoer, opslag en communicatie         | 12   | 3 (-5)   |
| Financiële instellingen                 | 13   | 2 (-4)   |
| Verhuur en zakelijke dienstverlening    | 18   | 6 (-8)   |
| Overige dienstverlening                 | 9  | 2 (-4)   |

Bron: MKB-Beleidspanel 2008.

### **Wat trekt MKB-ondernemers over de streep?**

Het tij is gekeerd. De belangstelling van veel marktpartijen voor duurzaamheid is sterk toegenomen. Sterker nog, door de zorgen rond klimaatverandering, de toenemende schaarste van grondstoffen en energie wordt hun feitelijke handelen er (zeker op termijn) steeds meer door gedomineerd. En het Nederlandse MKB heeft er alle vertrouwen in dat dat wordt gecontinueerd. De vraag is echter of dit voor het MKB voldoende uitnodigend is om tot actie over te gaan. En zo ja, wat daar dan voor nodig is?

Hoewel uit het land verschillende signalen komen van actieve branche organisaties ('meer voor minder', 1001 klimaatoplossingen e.d.), pro-actieve ondernemersverenigingen, klimaatneutrale gemeenten, diverse nationale en Europese overheidsinitiatieven om van 'milieu een kans' te maken, lijkt de belangstelling vanuit het MKB om hiervan mee te profiteren nog vrij beperkt. Op basis van jarenlang onderzoek onder MKB-ondernemers weten we deze ondernemers in het bijzonder vragen om duidelijkheid en consistentie zodat men daarbinnen kan werken aan interessante business cases (front office) of toepassingen (back office). Is het zo dat door het ontbreken van duidelijke duurzaamheidsnormen een belangrijk deel van de MKB-ondernemers geen zin heeft in een risicovol avontuur? En blijft de gemiddelde MKB-er naar duurzaamheid kijken omdat 'het moet' in plaats van dat 'het uitdagend en kansrijk' is?

Dit onderzoek toont aan dat het MKB in ieder geval nog maar beperkt klantenvragen ervaart op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen en daar blijkbaar ook nog niet zoveel marktkansen in ziet (3-6%).

Ook zien de meeste MKB-ers het duurzaamheidsbeleid van de verschillende Nederlandse overheden (nog) niet als een kansrijke ontwikkeling. Het overheidsbeleid heeft daarmee nog niet het gewenste effect of de MKB-ondernemers zijn nog onvoldoende op de hoogte van de veranderingen. Als wordt gesteld dat duurzaamheid alleen kan worden bereikt door sector- en ketenafspraken te maken ligt er blijkbaar nog een belangrijke taak om MKB-bedrijven beter te informeren over de veranderingen die op til zijn. Ook op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen, waar verschillende MKB-bedrijven blijken te denken dat men het nu al goed genoeg voor elkaar heeft (79%).

Het verbeteren van de innovatiekracht van Nederland staat al jaren hoog op de lijst. De huidige internationale ontwikkelingen die de aandacht en doelstellingen voor energiebesparing, duurzame energie, milieubesparing, milieu-innovaties en kansen op het gebied van MVO hebben getriggerd, vragen om een andere benadering van MKB-bedrijven. Een benadering die rekening houdt met de kenmerken van de MKB-ondernemer, maar die vooral het ondernemerschap en de creativiteit van de MKB-ondernemer weet te raken.

Het mag duidelijk zijn dat het pad waarlangs de kansen die duurzaamheid kan bieden aan MKB-ondernemers er één is met veel keuzemogelijkheden. Die mogelijkheden staan centraal tijdens het EIM Beleidscafé dat plaatsvindt op donderdag 20 november 2008 te Den Haag.