

Thema

MVO

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen is zo langzamerhand een toverwoord geworden. MVO zorgt voor positieve publiciteit, je hebt bij banken en financiers een streepje voor, het leidt tot kostenbesparing, tevreden medewerkers, verbeterde klantrelaties en een onderscheidend vermogen ten opzichte van de concurrentie. Daarom zou MVO een vast onderdeel moeten uitmaken van de bedrijfsvoering, aldus MVO Nederland. “De horeca is erg betrokken. Gemiddeld is 56 procent van alle horecaondernemers maatschappelijk verantwoord bezig. Bij andere sectoren ligt dat percentage veel lager.”

Van maatschappelijk verantwoord ondernemen zijn verschillende definities in omloop. De definitie van MVO volgens de SER is: het bewust richten van de ondernemingsactiviteiten op waardecreatie op langere termijn in drie dimensies: profit, people en planet. Wanneer je aan de slag gaat met maatschappelijk verantwoord ondernemen zoek je de balans tussen de drie p's: Je kijkt naar de sociale kant van ondernemen. Wat zijn de gevolgen van ondernemen voor mensen, zowel binnen als buiten de onderneming (maatschappelijk betrokken ondernemen). Je kijkt naar de milieukant: wat zijn de effecten van ondernemen op het natuurlijk leefmilieu (duurzaam ondernemen) en je kijkt naar de economische kant van ondernemen. Dat laatste is natuurlijk een voorwaarde voor continuïteit van de onderneming.

MVO Nederland

De kennis-en netwerkorganisatie MVO Nederland wil het bedrijfsleven stimuleren maatschappelijk verantwoord te ondernemen. De organisatie brengt bedrijven die ervaring hebben met MVO in contact met ondernemers die net beginnen. “MVO Nederland is er niet op uit ondernemers voor te houden hoe ze hun bedrijfsvoering moeten inrichten”, aldus Lobke Vlaming, projectmanager bij MVO Nederland. “Iedere ondernemer zal zijn eigen drijfveren hebben om zich maatschappelijk verantwoord te gedragen en kan zijn eigen accent leggen. Positief profileren is een belangrijke drijfveer voor veel bedrijven. Uit verschillende onderzoeken blijkt dat bedrijven die actief aan MVO doen gemakkelijker personeel kunnen vinden en minder ziekteverzuim hebben. Omdat in de horeca ondernemers steeds meer kampen met een tekort aan gemotiveerd personeel is het laatste punt een sterk argument om MVO op de agenda



te zetten.” De mate waarin een bedrijf haar maatschappelijke betrokkenheid tot uiting wil brengen kan enorm variëren. Sommige ondernemers willen zich met Max Havelaar koffie in het assortiment onderscheiden. Andere bedrijven kiezen een ver doorgevoerde maatschappijbewuste positionering. Restaurant Umoja is hiervan zo'n voorbeeld. Voor MVO Nederland zijn beide bedrijven goed bezig. “Het gaat in beide gevallen om de bewustwording.”

In dit coverthema over MVO besteden we aandacht aan twee aspecten van MVO. In het eerste gedeelte staat duurzaam ondernemen centraal, terwijl in het tweede gedeelte maatschappelijk betrokken ondernemen aan bod komt.