
MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN IN DE GLASTUINBOUW

Gerben Splinter

Steeds meer ondernemingen willen duidelijk maken hoe zij bijdragen aan de duurzaamheid van onze samenleving en Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO). Ook in de glastuinbouwsector komt MVO steeds vaker aan de orde. De Provincie Zuid-Holland en het Ministerie van LNV zijn, met betrokkenheid van partijen uit de sector, in 2003 een project gestart om MVO binnen de Zuid-Hollandse glastuinbouwsector te stimuleren. In eerste instantie wordt gekeken hoe MVO door ondernemers in de glastuinbouwsector in Zuid-Holland en door stakeholders om de sector heen wordt beleefd, opgepakt en gecommuniceerd. Daaruit voortvloeiend wordt aangegeven welke concrete stimulansen vanuit welke partijen nodig zijn om de ambities van de overheid en maatschappelijke organisaties ten aanzien van MVO te realiseren.

De drie dimensies van MVO

MVO bevat drie dimensies:

1. verantwoord en duurzaam produceren voor het milieu;
2. een verantwoord en sociaal beleid ten aanzien van werknemers; en
3. een gezonde (bedrijfs)economische ontwikkeling van de bedrijven.

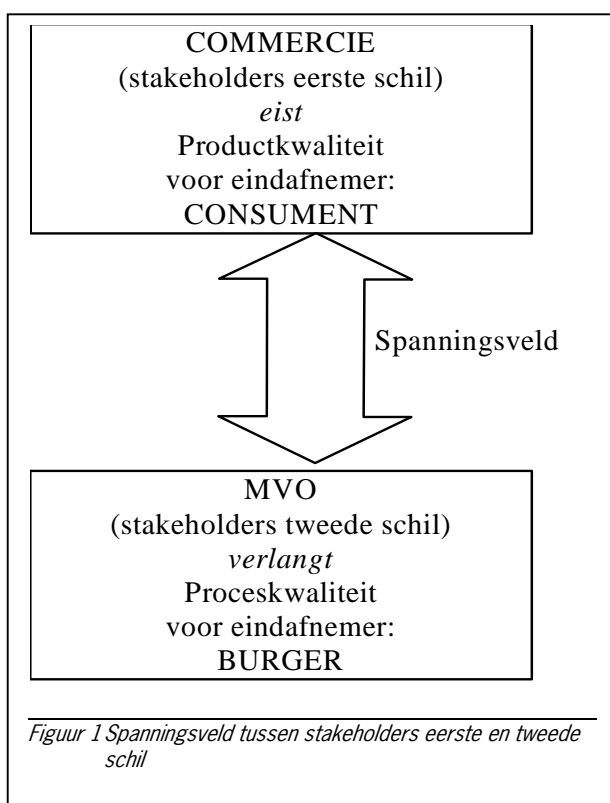
Deze drie aspecten van MVO worden samengevat onder de termen Planet, People, Profit. Er zijn diverse definities van MVO in gebruik, soms wordt ook wel gesproken van duurzaam ondernemen. Het Kabinet hanteert de volgende definitie:

'Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen is de actieve en vrijwillige - maar niet vrijblijvende - maatschappelijke rol die een bedrijf op zich neemt en die verder gaat dan het in acht nemen van wettelijke voorschriften.'

MVO is dus vrijwillig en bovenwettelijk en krijgt gestalte op basis van een dialoog met belanghebbenden en maatschappelijke omgeving.

Verschillende meningen

Door toepassing van de ontwikkelde MVO-scan voor de glastuinbouw is inzicht verkregen in de manier waarop 14 geselecteerde bedrijven omgaan met MVO. Daarvoor zijn zowel de tuinder, zijn personeel, zijn leveranciers als zijn afnemers ondervraagd op verschillende onderwerpen. Deze groep is betiteld als 'stakeholders in eerste schil'. Volgens deze groep zijn de betreffende tuinders goed met MVO bezig. De groep is erg gefocust op productkwaliteit en prijs en in mindere mate op de inhoudelijke processen van een bedrijf, die bepalend zijn voor MVO. Een tweede groep van stakeholders (tweede schil) is afzonderlijk geraadpleegd over de MVO-prestatie van de sector. In de tweede groep zitten maatschappelijke organisaties, overheden, banken en belangenvertegenwoordigers. De MVO-prestatie van de glastuinbouwsector als geheel wordt door hen als 'onvoldoende' getypeerd. Het negatieve imago van de sector wordt grotendeels gecreëerd door veronderstelde ondermaatse prestaties op MVO-aspecten, zonder daarbij een goed zicht te hebben op de prestaties van de individuele bedrijven. Genoemd wordt in dit kader met name het voldoen aan wettelijke voorschriften ten aanzien van gestelde milieunormen, het creëren van een aantrekkelijke werkomgeving en de inpassing in de omgeving. Er is dus een duidelijk spanningsveld tussen bedrijfseconomisch resultaat en andere aspecten van MVO. Dit wordt het beste geïllustreerd aan de hand van de gestelde prioriteiten van stakeholders in de eerste schil versus stakeholders in de tweede schil. De twee groepen hebben een verschillende invalshoek bij het beoordelen van de prestatie van de tuinbouwondernemer (figuur 1).



Goede prestaties naar buiten brengen

De uiteenlopende meningen van de twee groepen vormden aanleiding tot verdere discussie met tuinbouworganisaties waarin belemmeringen en oplossingsrichtingen voor MVO in de glastuinbouwsector zijn benoemd. Afsluitend is er een actieplan opgesteld, waarbij rollen voor diverse partijen ten aanzien van het thema MVO zijn vastgesteld. Centraal staat het oprichten van een MVO-platform, dat een functie kan vervullen bij het verder inhoudelijk vormgeven van MVO in relatie tot de sector. Met name het vaststellen van MVO-normen en -visies voor de sector, het communiceren met stakeholders en het bieden van ondersteuning aan ondernemers in de sector zijn hierbij essentieel. Met betrekking tot dit laatste punt wordt de verdere ontwikkeling van de MVO-scan aanbevolen, zodat deze eenvoudig door geïnteresseerde ondernemers kan worden toegepast. Het afnemen van een MVO-scan biedt daarmee inzicht in de MVO-status van een bedrijf: Hoe ver ben ik af van de sectornorm en wat moet ik nog doen om op dat niveau te komen? In sommige gevallen zal een ondernemer zelfs merken dat hij verder is dan de vastgestelde norm, een bevestiging van goed maatschappelijk verantwoord ondernemerschap. Dit is belangrijk voor de gehele sector. Naar de buitenwereld wordt de sector vaak met negatieve thema's zoals lichthinder, illegalen, energiegebruik en gewasbeschermingsmiddelen geassocieerd. Door te werken aan verbeteringen en dit aantoonbaar te maken is de laatste stap naar communicatie over prestaties ook makkelijker te zetten. Het imago van de sector kan beter. Het belang van de sector en de trots die ondernemers in en voor de sector voelen mag geventileerd worden. Het is belangrijk goede prestaties op het gebied van milieu en arbeid naar buiten te brengen.

Meer informatie:

Rapport 2.04.06 *Tell it (...and be good!); Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen in de Glastuinbouw*