

## Een blik op MVO Onder Glas

Rapport aan : Deelnemende glastuinbouwbedrijven en Productschap Tuinbouw  
Samengesteld door : VanderzandeFlorpartners in samenwerking met FresQ  
Status : Definitief  
Versie : 0.7  
Datum : 7 augustus 2008

Dit onderzoek is financieel mogelijk gemaakt door: Productschap Tuinbouw, Zoetermeer.

© 2008

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en / of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze ook, zonder voorafgaande toestemming van VanderzandeFlorpartners.

No part of this publication may be reproduced in any form by print, microfilm or any other means without written permission by VanderzandeFlorpartners.

**VanderzandeFlorpartners B.V.**

*Postbus 666 • 2675 ZX Honselersdijk*

*Telefoon: 0174 – 64 26 73 • Fax: 0174 – 64 06 45 • E-mail: [info@vanderzandeflorpartners.nl](mailto:info@vanderzandeflorpartners.nl)*

## Inhoudsopgave

1	Inleiding .....	3
1.1	Aanleiding en doelstelling .....	3
1.2	Deelnemende bedrijven.....	4
1.3	Profiel bedrijven .....	5
1.4	Bekendheid met MVO.....	7
1.5	Trots en vakmanschap maar communicatie met consument lastig .....	7
2	Strategie .....	8
2.1	MVO in visie, missie en doelstellingen .....	8
2.2	MVO kwesties.....	10
2.3	Interne MVO afspraken .....	10
2.4	Certificering.....	11
2.5	Externe communicatie onderbelicht .....	13
3	People .....	14
	Onze mensen, onze organisatie.....	14
3.1	Verzuim- en verlooppercentage laag.....	14
3.2	Betrokkenheid van personeel bij besluitvorming .....	14
3.3	Scholing personeel op managementniveau.....	15
3.4	Functioneren en beoordelen.....	16
3.5	Steeds minder stagiaires .....	16
3.6	Personeelsvereniging niet structureel aanwezig.....	17
3.7	Personeelsvertegenwoordiging kan professioneler .....	17
3.8	Vertrouwenspersoon nog niet ingeburgerd.....	18
3.9	Mondelinge klachtenprocedure.....	18
4	Planet .....	19
	Telen met respect voor het milieu .....	19
4.1	Duurzame energiebronnen & toepassingen efficiënter energieverbruik.....	19
4.2	Onderzoek & Ontwikkeling .....	20
4.3	Broeikasgassen in de kassen.....	21
4.4	Bemestingsplannen aanwezig .....	21
4.5	Geïntegreerde gewasbescherming volledig ingevoerd.....	21
4.6	Gebruik van water.....	22
4.7	Afval.....	23
4.8	Telers in hun omgeving .....	24
5	Profit .....	25
	Profit meer dan winst in geld .....	25
5.1	Veelvuldig gebruik gemaakt van subsidies.....	25
5.2	Behoud milieu .....	26
6	Conclusies & aanbevelingen .....	27

# 1 Inleiding

## 1.1 Aanleiding en doelstelling

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) of duurzaam ondernemen is een vorm van ondernemen gericht op economische prestaties (profit), met respect voor de sociale kant (people), binnen de ecologische randvoorwaarden (planet): de drie P's van MVO.

MVO speelt een steeds belangrijkere rol in het bedrijfsleven. De hernieuwde belangstelling voor het milieu en duurzaamheid als gevolg van de discussie over de opwarming van de aarde is een belangrijke drijver hierachter. De hoge energiekosten versterken deze beweging. Daarnaast speelt ook arbeid een steeds grotere rol in de debatten.

Voor de Nederlandse glastuinbouw is het van groot belang dat zij op het gebied van MVO een leidende rol heeft en deze uitdraagt. Het Productschap Tuinbouw, FresQ, Ecosystems en CSR Academy hebben een rapportagetool 'MVO Onder Glas' ontwikkeld waarmee het mogelijk is om op bedrijfsniveau inzichtelijk te maken op welke manier tuinbouwondernemers bezig zijn met Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. Deze rapportagetool is gratis te downloaden op [www.MVOonderglas.nl](http://www.MVOonderglas.nl).

Productschap Tuinbouw heeft VanderzandeFlorpartners de opdracht gegeven om deze scan af te nemen bij 25 glastuinbouwbedrijven.

De doelstelling van het project is tweeledig:

1. Het begeleiden van 25 bedrijven in de glastuinbouw bij het bepalen in hoeverre MVO is doorgevoerd door het toepassen van de scan en de resultaten te vergelijken met collega's. De ondernemers verkrijgen hiermee inzicht in de stand van zaken van MVO op hun bedrijf.
2. Inzicht verkrijgen in de stand van zaken op het gebied van MVO bij 25 bedrijven in de glastuinbouw, waardoor input wordt verkregen voor actieve externe communicatie.

Het rapport wat nu voor u ligt is de groepsrapportage. De geïnterviewde 25 bedrijven ontvangen een individuele rapportage en deze groepsrapportage. Hiermee wordt inzicht verschaft in de stand van zaken van MVO op het eigen bedrijf en ten opzichte van collega-bedrijven.

Dit rapport geeft inzicht in stand van zaken op het gebied van MVO bij 25 bedrijven in de glastuinbouw. De onderdelen van deze rapportage zijn geselecteerd op basis van:

- relevantie voor de deelnemende telers;
- vergelijkbaarheid;
- actualiteit;
- relevantie voor externe communicatie;
- niet vertrouwelijke informatie.

### **Leeswijzer**

Verderop in dit hoofdstuk treft u het profiel van de deelnemende bedrijven aan. Daarnaast leest u in dit hoofdstuk in hoeverre de deelnemers bekend zijn met MVO. Opvallend was de trots en het vakmanschap. We hebben daarom in hoofdstuk 1 hieraan een paragraaf gewijd.

In hoofdstuk 2 wordt dieper ingegaan op de strategie van de bedrijven ten aanzien van MVO. Hoofdstuk 3, 4 en 5 zijn gewijd aan de drie P's van People, Planet en Profit. Hoofdstuk 6 geeft de conclusies en aanbevelingen.

De grafieken in de rapportage zijn in aantallen (deelnemers) of percentages (van het aantal deelnemers).

## 1.2 Deelnemende bedrijven

	<b>Bedrijf</b>	<b>Contactpersoon</b>	<b>Plaats</b>
<b><u>Tomaat</u></b>	1 Gebr. Ammerlaan	Paul Ammerlaan	De Lier
	2 Kwekerij Oussoren	Stefan Oussoren	Zevenhuizen
	3 Kwekerij 't Woudt	Paul van Koppen	Schipluiden
	4 Tuinbouwbedrijf Kees Stijger	Kees Stijger	Honselersdijk
	5 Kwekerij De Grevelingen	Arnold Groenewegen	Sirjansland
	6 Lans Westland	Wilko Wisse	Maasland
<b><u>Paprika</u></b>	7 Fa. Nic Overgaag & Zn.	Nico Overgaag	De Lier
	8 4Evergreen	Robert Grootscholte	Steenbergen
	9 Powergrow	Sem van Zijl	De Kwakel
	10 P. Solleveld vof	Geurt Solleveld	's-Gravenzande
	11 Fa. T & E van Ruijven	Tino van Ruijven	Kwintsheul
	12 Gebr. Vd Valk	Martien Valk	Vierpolders
<b><u>Komkommer</u></b>	13 R. Grubben B.V.	Ruud Grubben	Baarlo
	14 Han van der Helm	Han van der Helm	Nootdorp
	15 Den Wilger B.V.	Willy van Bussel	Asten Heusden
<b><u>Aubergine</u></b>	16 Kwekerijk Vedder	Jan Willem Vedder	's-Gravenzande
	17 Greenbrothers	Ben Groenewegen	Zevenbergen
<b><u>Rozen</u></b>	18 Scholtes Rozen	Ronald Scholtes	Kwintsheul
	19 Rozenkwekerij van der Arend	Remco van der Arend	Maasland
<b><u>Potplanten</u></b>	20 Kwekerij de Groot BV	Leon de Groot	Langeweg
	21 Van der Hoorn Orchideeen	Maurice van der Hoorn	Ter Aar
	22 Maasluiden	Robert Schoenmaker	's-Gravenzande
	23 Esprit Plant	Jan van Geest	's-Gravenzande
<b><u>Chrysanten</u></b>	24 Leen Middelburg Chrysanten	Leo Middelburg	Maasdijk
	25 Darolin	David van Tuijl	Brakel

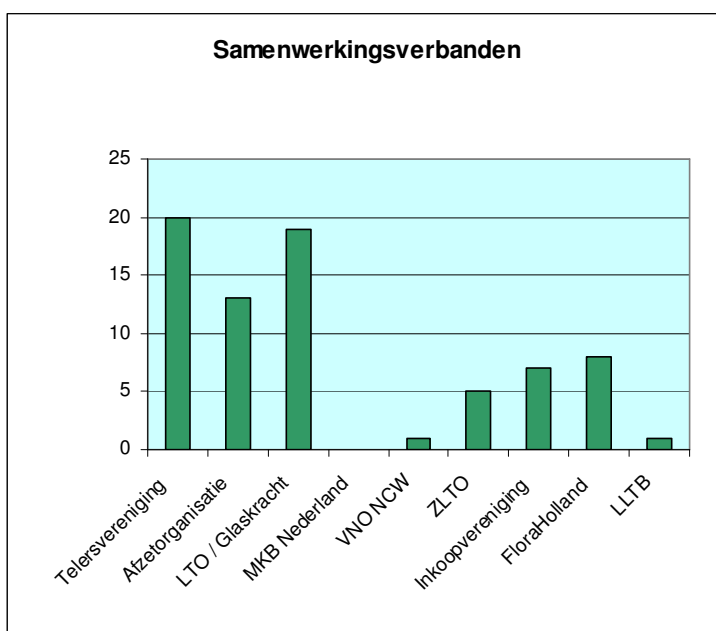
### 1.3 Profiel bedrijven

De scan MVO Onder Glas is ingericht voor zeven gewasgroepen, te weten: tomaat, paprika, komkommer, aubergine, potplant, chrysant en roos. Er zijn geen wezenlijke verschillen in de individuele rapportages dan een andere lay-out.

Op verzoek van de sectorcommissies is getracht voor deze groepsrapportage een dwarsdoorsnede van de glastuinbouwsector te maken. Hierin zijn we redelijk goed geslaagd waarbij we moeten opmerken dat met name de vooruitstrevende bedrijven interesse toonden. Deelnemers aan de scan zijn: zes tomaten- (93,8 ha), zes paprika- (63 ha), drie komkommer- (16,8 ha), twee aubergine- (16,5 ha), twee rozen- (14,7 ha), vier potplanten- (14,4 ha) en twee chrysantenbedrijven (12,7 ha). Bedrijven van verschillende grootte, variërend van 1,4 tot 24,5 hectare (totaal 232 hectare), gevestigd van Ter Aar tot Asten Heusden en van Brakel tot Honselersdijk.

#### **Samenwerkingsverbanden**

Ruim driekwart (20 deelnemers) van de ondervraagde bedrijven werkt samen in een telersvereniging. Er is een scheiding gemaakt tussen een telersvereniging (bijv. Prominent) en afzetorganisatie (bijv. The Greenery). Van de 17 voedingstuinbouwbedrijven zijn er 16 lid van een telersvereniging. Onder de sierteeltbedrijven is dit de helft (4 van de 8 bedrijven), maar zij zijn wel allen lid van FloraHolland. Weinig bedrijven zijn aangesloten bij MKB Nederland of VNO-NCW. Een tweetal bedrijven gaf aan zich in de toekomst wel aan te willen sluiten. Zij denken hierdoor veel op te kunnen steken van ondernemers uit andere sectoren.



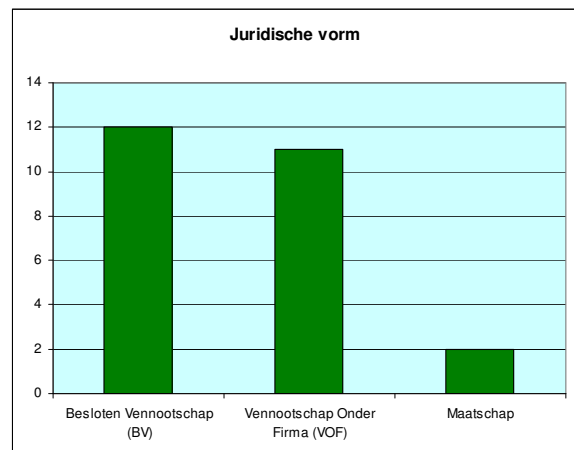
Figuur 1. Samenwerkingsverbanden van alle deelnemers (in type en aantal).

#### **Certificering en gezondheid & veiligheid**

Alle voedingsbedrijven zijn GlobalGAP gecertificeerd. Alle sierteeltbedrijven hebben een MPS-ABC kwalificatie. De bedrijfsprocessen lijken goed op orde te zijn bij de Nederlandse glastuinbouwbedrijven. Zie verder paragraaf 2.4.

### Juridisch vorm

Van de geïnterviewden heeft bijna de helft (12 deelnemers) een besloten vennootschap als juridische vorm. Slechts twee bedrijven zijn een maatschap. De overige 11 bedrijven hebben een vennootschap onder firma als juridische vorm. Gemiddeld hebben de deelnemers 15 mensen vast in dienst, hiervan zijn er gemiddelde 4 van het vrouwelijke geslacht.



Figuur 2. Juridisch structuur van de deelnemers (in type en aantal).

### Geografische spreiding

Van de 25 ondervraagde bedrijven zijn 9 gevestigd in gemeente Westland en 3 in gemeente Midden-Delfland. De andere bedrijven zijn verspreid over Zeeland, Brabant, Zuid- en Noord-Holland en Limburg.



Figuur 3. Geografische spreiding van de deelnemers.

## 1.4 Bekendheid met MVO

Alle geïnterviewde bedrijven zijn bekend met de term MVO. Voorbeelden die ondernemers noemen hebben met name betrekking op Planet en People. Opvallend is dat de P van Profit veel minder wordt genoemd. Kennelijk roept MVO niet direct associatie op met Profit.

Eénderde van de bedrijven benoemt MVO in de volle breedte (dus de 3 P's) en is in staat dit concreet te benoemen. Deze ondernemers noemen een combinatie van sponsoring, investeren in duurzame technieken, rekening houden met de omgeving / maatschappij / natuur, uitstraling en

*“De maatschappij geen overlast bezorgen en je houden aan de regels”, Remco van der Arend, rozenkweker in Maasland.*

een goed personeelsbeleid als belangrijkste activiteiten. De overige deelnemers zeggen het begrip te kennen maar de exacte inhoud niet. Wel denkt deze groep op bepaalde thema's bezig te zijn.

Alle ondervraagden vonden het interessant om meer te weten te komen over MVO, ze willen graag weten hoe ze er voor staan op het gebied van MVO, ook ten opzichte van collega's. Een aantal kwekers verwacht dat er binnen geringe tijd regelgeving komt met betrekking tot het rapporteren over MVO, omdat het constant in het nieuws is.

*“Als kweker moet je goed om je heen kijken. Je moet ervoor zorgen dat je de mens en de natuur respecteert, nu en in de toekomst”, Kees Stijger, tomatenteler in Honselersdijk.*

## 1.5 Trots en vakmanschap maar communicatie met consument lastig

Opvallend tijdens de gesprekken was de trots en het vakmanschap dat de ondernemers aan de dag leggen. Hiermee is direct een belangrijker driver aanwezig om het beste uit het bedrijf te halen.

*‘De glastuinbouw brengt mooie, lekkere en gezonde producten voort, alleen dat vertellen we zo beroerd.’* Dit citaat van één van de deelnemers slaat wellicht de spijker op zijn kop. Zonder uitzondering zijn de deelnemers trots op hun product en willen zij dat de consument ervan geniet. Hieruit spreekt vakmanschap en liefde voor het product, liefde voor het vak en vaak zelfs passie. Een korte bloemlezing:

*‘Ik ben echt apetrots.’ ‘De sierwaarde is erg hoog, je hebt het product zomaar een jaar in huis.’ ‘Elke keer weer als ik het ergens zie staan, vind ik het een superproduct.’ ‘Ik heb een uniek product, jaarrond verkrijgbaar.’ ‘We telen een specialty. Het is een mooi en lekker product, met zorg geteeld.’ ‘Ik ben altijd bezig met nieuwe rasjes en promoot mijn product op beurzen maar ook bij burens en familie.’*

*‘We staan in de top 5 van kwalitatief beste kwekers.’ ‘Het is het gezondste product, zelfs nog gezonder dan een sinaasappel.’ ‘Het is een fantastisch product, op een bijzondere manier geteeld.’*

Toch is er bij diverse telers ook enige frustratie: *‘De internationalisering beperkt het vaasleven, onze rozen presteren veel beter dan de Afrikaanse’.* *‘De supermarkten moeten zich schamen over hoe ons product er soms bij ligt’.*

Diverse telers ervaren de afstand tot de consument als een beperking, waardoor communicatie lastig is. Telers vinden betere communicatie met burgers en consumenten wel van belang. Voor diverse telers blijkt dit een reden te zijn om mee te doen aan de pilot. *‘We moeten de publieke opinie positief stemmen.’ ‘Het is belangrijk om bij te dragen aan een positief imago voor de tuinbouw.’*

Concluderend kunnen we stellen dat vakmanschap en trots zijn op het product volop aanwezig zijn, maar dat de communicatie hierover met burger en consument als lastig wordt ervaren.

## 2 Strategie

Is Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen een onderdeel van je bedrijfstrategie? Deze overkoepelende vraag komt in dit hoofdstuk aan de orde. Bekeken is of MVO opgenomen is in de visie, de missie en de doelstellingen. Verder is gevraagd welke kwesties ten aanzien van MVO spelen, welke richtlijnen en / of interne afspraken er op papier staan en wat men communiceert richting de omgeving.

### 2.1 MVO in visie, missie en doelstellingen

Alle ondervraagden kunnen de visie en / of missie van hun onderneming benoemen. Bijna 50% (12 bedrijven) heeft de visie en / of missie van het bedrijf ook vastgelegd op papier, waarbij de 3 P's in meer of mindere mate wordt benoemd. (Op deze pagina een voorbeeld van Lans en Esperit).



*Esperit Plant is een innovatief, wereldwijd opererend bedrijf dat groene planten ontwikkelt, produceert en levert onder een merknaam aan kwekers en exporteurs. Esperit Plant opereert op een eerlijke en maatschappelijk verantwoorde wijze en werkt waar nodig samen met partners op het gebied van inkoop, verkoop, marketing en productontwikkeling zodat er optimaal resultaat kan worden behaald.*

Bedrijven die MVO hebben vastgelegd in hun missie en doelstellingen zijn niet meer of minder bezig met Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen dan bedrijven die niets op papier hebben. We kunnen hierin geen causaal verband vinden. Dat de P's niet zijn opgenomen en / of beschreven in missie en / of visie wil niet zeggen dat men daar niet mee bezig is.

Uit onderzoek van PriceWaterhouse-Coopers (juni 2008) blijkt dat in het Nederlandse bedrijfsleven 60% een formeel vastgesteld beleid heeft waarin ecologische, economische en sociale aspecten in hun bedrijfsvoering bij elkaar komen. Op basis van onze steekproef scoort de tuinbouw dus ruim 10% lager dan het landelijke gemiddelde.



*Lans is een sterk groeiend, veelzijdig en innovatief bedrijf. Met de modernste technieken, goed en vakkundig personeel, maatschappelijke verantwoordelijkheid en aandacht voor het milieu willen wij jaarrond een kwaliteitsproduct produceren en verpakken.*

#### **Vertaling naar praktijk: waar ligt de nadruk op?**

In het vertalen van missie en / of visie naar de praktijk hebben we twee richtingen kunnen ontdekken. De eerste is dat ambitie en / of interesse bepaald op welke P de nadruk ligt. De ondernemer met interesse voor techniek lijkt sterker georiënteerd op duurzaam telen (Planet). De ondernemer met een ambitie om met een sterk ontwikkeld team te werken, heeft een uitgewerkt personeelsbeleid (People).

De andere richting is de invloed van de omgeving. Alle drie de P's komen hierin terug. Ondernemers gevestigd buiten de Greenport(s) werken meer aan hun imago. Een goede relatie met de omgeving is voor hen van groter belang dan voor de

*“We hebben een vast bedrag vastgesteld wat aan sponsoring wordt gedoneerd (Profit). Onze werknemers en omwonenden behandelen we met respect. Werknemers moeten in een goede omgeving hun werk kunnen doen (People). Respect voor milieu & omgeving (Planet)”, Robert Schoenmaker, potplantenteler in 's-Gravensande.*



*“We willen het gebruik van fossiele brandstof en uitstoot van CO<sub>2</sub> terugdringen d.m.v. warmtepompen of een aquifer. Zonne-energie zetten we om in warmte, dit kost energie. Maar ook een goede landschap-pelijke inpassing in overleg met gemeente, omwonenden en betrokkenen vinden we belangrijk”, Arnold Groenewegen, tomatenteler in*

bedrijven in de Greenport(s), waar glastuinbouw een grotere acceptatie en meer waardering heeft. Dit uit zich in aanvullende investeringen in licht- en geluidhinderende maatregelen, het gezicht van het bedrijf (en / of inpassing in een natuurlijke omgeving), het regelmatig informeren van omwonenden en sponsoring van lokale verenigingen of maatschappelijke activiteiten.

### **MVO is directieverantwoordelijkheid**

In alle gevallen worden MVO vraagstukken op directieniveau opgepakt. Onder de deelnemende bedrijven is slechts in 7 gevallen het MT / kader verantwoordelijk voor het invoeren en controleren van het MVO beleid. Bij de overige 18 bedrijven is de ondernemer hiervoor verantwoordelijk. BHV en verplichte registraties van MPS en / of GlobalGAP liggen daarentegen wel vaak bij het kaderpersoneel. Uit het feit dat MVO als een directietaak wordt gezien, blijkt dat MVO een belangrijk onderwerp is. Opgemerkt moet worden dat bij de kleinere bedrijven vrijwel alle onderwerpen op directieniveau worden behandeld.

*“We maken onze sociale en milieudoelstellingen openbaar aan onze medewerkers. We geven ons middenkader verantwoordelijkheden op dit gebied. Daarnaast is er bedrijfsoverleg (op kaderniveau) waarin we onze prestaties bespreken”, Leon de Groot, potplantenteler in Zevenbergen.*

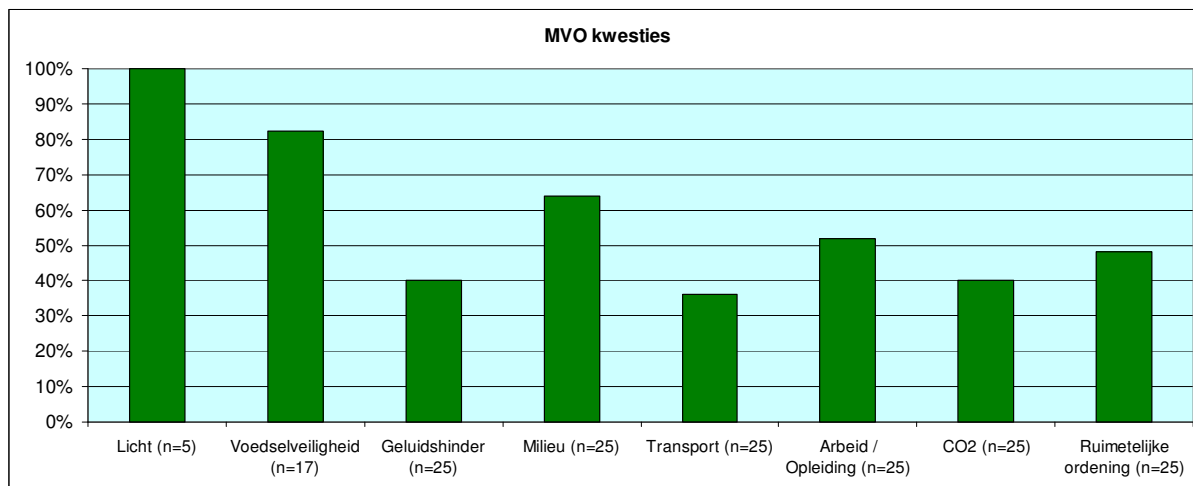
*“Onze doelstellingen staan in onze informatiebrochure die alle medewerkers krijgen uitgereikt. Daarnaast hebben onze mensen taken en verantwoordelijkheden waarin ook MVO aspecten zijn opgenomen (functieomschrijving). Op deze manier vertalen we het naar de werkvloer. Voor behaalde prestaties ontvangt het kader een bonus”, Johan Groenewegen, aubergineteler in Zevenbergen.*

Door de korte lijnen en weinig hiërarchische lagen is het personeel vaak nauw betrokken bij de bedrijfsvoering. De doelstellingen op het gebied van sociale en milieugerelateerde prestaties worden zo direct overgebracht. Het personeel weet daardoor wat er van hen verwacht wordt. Hierdoor denken de ondernemers hun personeel voldoende te kunnen motiveren om de doelstellingen te kunnen behalen.

Daarentegen worden (MVO) doelstellingen niet altijd expliciet gemaakt of opgeschreven. Het meten van resultaten of behaalde resultaten en het bespreken hiervan met het personeel is ook geen vanzelfsprekendheid.

## 2.2 MVO kwesties

Welke belangrijke kwesties spelen op het gebied van MVO? De kwesties milieu, ruimtelijke ordening en arbeid / opleiding worden bij de helft of meer van de ondervraagden genoemd.



Figuur 4. MVO kwesties die spelen bij de deelnemers (uitgedrukt in % van totaal).

Voedselveiligheid speelt bij de voedingsbedrijven (bij ruim 80% van de 17 voedingsbedrijven). Licht speelt uiteraard alleen bij de bedrijven die groeilampen gebruiken (5 deelnemers). Hierboven een grafiek met de genoemde kwesties in procenten van het aantal deelnemers.

In de gesprekken is gevraagd welke kwesties in de toekomst gaan / blijven spelen. Energie en CO<sub>2</sub> maar ook milieu en afzet (markt) scoren dan hoog.

## 2.3 Interne MVO afspraken

Interne afspraken of richtlijnen op het gebied van de drie P's kunnen op meerdere manieren worden vastgelegd. Verslaglegging en toepassing zijn afhankelijk van de doelgroep waarvoor het is vastgelegd, te weten:

- Personeel, in de vorm van bedrijfsreglement, huishoudelijk reglement of informatiebrochure.
- Financiers, in de vorm van een bedrijfs- of beleidsplan.
- Afzetpartijen, in de vorm handboeken van certificeringen zoals GlobalGAP, MPS, BRC en ISO.
- Overheden, in de vorm van RI&E en BHV.

De door de overheid verplicht gestelde richtlijnen als RI&E en BHV zijn bij alle bedrijven aanwezig. Ook hebben allen één of meerdere certificaten (zie paragraaf 2.4 certificeringen). Het aantal certificaten is afhankelijk van het feit of voedselveiligheid een issue is. Dit speelt uiteraard alleen in de voedingstuinbouw.

Vernieuwing of innovatie speelt bij de meeste deelnemers. Dat betekent dat financiering belangrijk is. Dit vertaalt zich in uitgewerkte bedrijfs- of beleidsplannen.

Voor wat betreft personeel zien we grotere verschillen. Ruim 50% van de bedrijven heeft voor haar medewerkers iets op papier staan. De benamingen en uitwerking zijn verschillend – bedrijfsreglement, huishoudelijk reglement, informatiebrochure of bedrijfshandboek – maar komen in de kern overeen. In de uitwerking hiervan wordt aandacht geschonken aan de veiligheid, gezondheid en het welzijn van het personeel.

Dit vertaalt zich in:

- Wat te doen bij klachten, brand, storing / alarm, explosie, ongelukken, geweld, (seksuele) intimidatie, agressie.
- Regels voor roken, alcoholgebruik, drugs, hygiëne en gedrag.
- De bijbehorende sancties of bonussen.

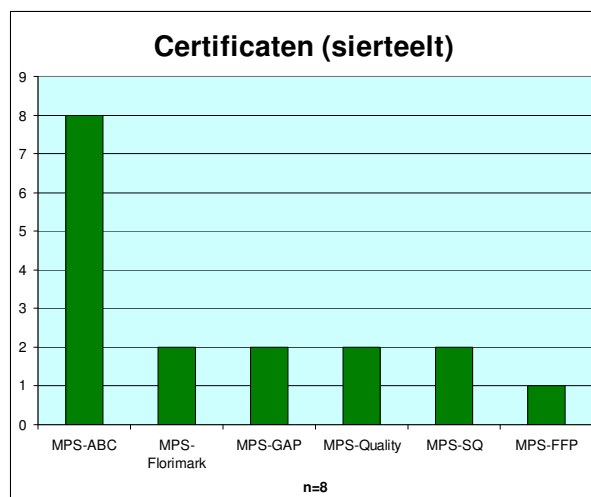
Opmerkelijk is dat voedingsbedrijven vaker zeggen iets op papier hebben staan dan hun collega's in de sierteelt. We vermoeden dat dit heeft te maken met de aanwezigheid van GlobalGAP. Een andere oorzaak zou kunnen zijn dat voedingsbedrijven meer procesgeoriënteerd zijn dan sierteeltbedrijven,

## 2.4 Certificering

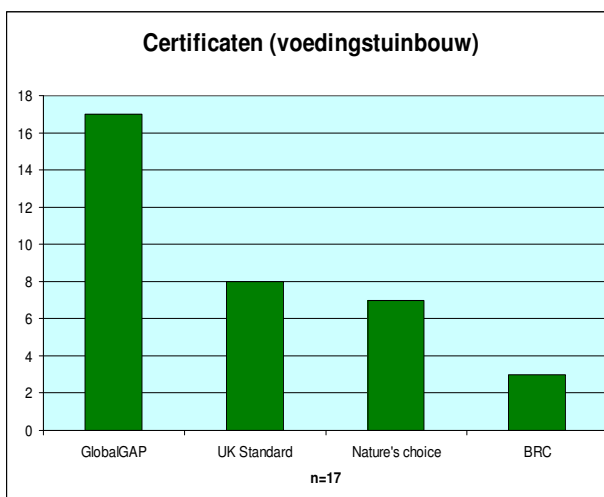
Nederlandse glastuinbouwbedrijven zijn koplopers als het gaat om milieuvriendelijk, gezond en veilig telen. Dit uit zich onder andere in de aanwezigheid van behaalde (internationale) certificaten. Op het gebied van gezondheid en veiligheid is er uiteraard een verschil tussen voedingsbedrijven en sierteeltbedrijven.

Zo zijn alle voedingsbedrijven GlobalGAP gecertificeerd (het voormalige EurepGAP) en alle sierteeltbedrijven hebben een MPS-ABC kwalificatie.

GlobalGAP geeft consumenten het vertrouwen dat de impact van de bedrijfsactiviteiten op de omgeving is geminimaliseerd door het terugbrengen van het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen, maar ook door gezonde en veilige arbeidsomstandigheden. Een vergelijkbare certificering voor de sierteelt is MPS-GAP. Waar MPS zich beperkt tot het terugbrengen van het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen en energie, gaat MPS-GAP dus verder. Twee van de acht deelnemende sierteeltbedrijven zijn MPS-GAP gecertificeerd. Ieder bedrijf heeft het MPS certificaat.



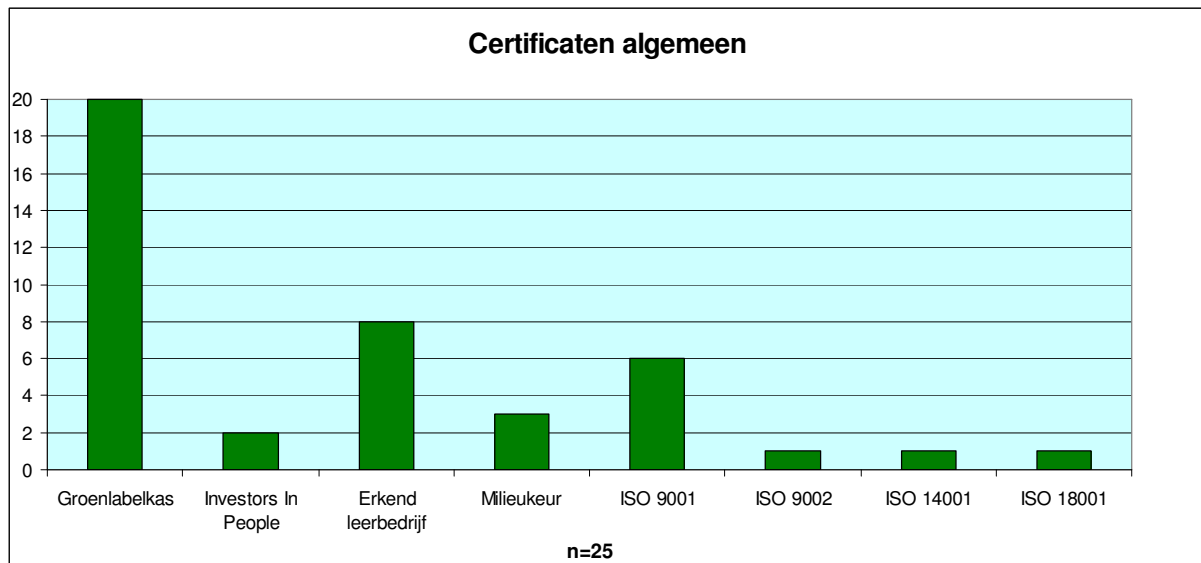
Figuur 5. Certificaten bij deelnemende sierteeltbedrijven (in type en aantal).



Figuur 6. Certificaten bij deelnemende voedingsbedrijven (in type en aantal).

Naast de internationale standaarden van GlobalGAP beschikken voedingsbedrijven over UK Standard en / of Nature's Choice (Tesco) en in sommige gevallen over BRC of Field to Fork (Marks & Spencer). Bij de sierteeltbedrijven zien we certificaten als MPS-Florimark en Fair Flowers Fair Plants (MPS-FFP). Het certificaat MPS-FFP is een combinatie van een MPS-A kwalificatie met MPS-SQ (sociaal certificaat) en is door één deelnemer behaald. Door twee sierteeltbedrijven is aangegeven dat zij MPS- FFP in de nabije toekomst willen behalen.

Bovenop bovengenoemde certificeringen (vaak gevraagd door de markt) zijn er ook algemene certificeringen voor de gehele sector. Zo is op het gebied van arbeidsomstandigheden de aangestelde BHV'er en RI&E standaard aanwezig. Deze zijn vanuit de overheid verplicht gesteld.



Figuur 7. Certificaten algemeen bij alle deelnemers (in type en aantal).

Certificaten rond personeelsbeleid zoals Investors in People (IiP) en erkend leerbedrijf (Aquor) zijn nog niet zo ver doorgevoerd. Slechts een enkeling beschikt over deze certificaten. Eenderde van de bedrijven is ISO gecertificeerd. Door twee deelnemers (sierteeltbedrijven) is aangegeven dat zij zich in de nabije toekomst willen ISO certificeren.

Twintig bedrijven hebben geïnvesteerd in nieuwe, duurzame kassen en beschikken daarmee over een Groen Label Kas certificaat. De hogere investeringen in deze energie- en waterbesparende kassen worden terugverdiend door lager verbruik van energie en water en extra fiscale voordelen.

## 2.5 Externe communicatie onderbelicht

### ***Op welke manier houdt u rekening met omwonenden?***

Zoals eerder is vermeld, vinden de deelnemers een goede relatie met de omwonenden belangrijk. Ze willen eventuele overlast van hun bedrijf zoveel als mogelijk beperken. Maatregelen die hiervoor zijn genomen, zijn (bovenwettelijke) afscherming van groeilicht en isolatie van geluidsbronnen als WKK-installatie, beperkt vrachtverkeer tijdens nachtelijke uren, schoonhouden van de terreinen, etc. Dit is nader toegelicht in hoofdstuk 3 People.

Door het bespreken van (nieuw)bouwplannen met omwonenden, het geven van rondleidingen op het bedrijf en andere overlegvormen met omwonenden worden mogelijke knelpunten vroegtijdig besproken en waar mogelijk opgelost.

Om ook het gezicht van het bedrijf een passende uitstraling te geven wordt er bij nieuwbouw steeds vaker nagedacht over landschappelijke inpassingen, met ruimte voor groen en architectonische bedrijfsruimten. Dit gaat in overleg met omwonenden, maar ook met gemeenten en natuurorganisaties.

*“Gezamenlijk met de omwonenden, gemeente en andere betrokkenen werken we aan een groenstrook, met fietspad, bomen en ander groen om onze bedrijven en die van onze burens beter in te passen in het landschap”, Arnold Groenewegen, tomatenteler in Sirjansland.*

### ***Wat wordt er aan productinformatie meegegeven?***

Alle ondernemers vermelden de verplichte informatie als kwaliteit, kwantiteit, sortering, teler- of aanvoernummer en bij groente wordt ook de datumcodering meegegeven. In de sierteelt worden verzorgingstips via bloemenhoes en steeketiket gecommuniceerd. Slechts in enkele gevallen worden ook uitgebreide bereidingstips (bijvoorbeeld receptenkaart in verpakking door Greenbrothers via telersvereniging Purple Pride) meegegeven.

### ***Op welke manier communiceert u over de gezondheidsaspecten van de producten (naar consument & maatschappij)? Op welke wijze communiceert u over de productiewijze die u hanteert?***

De communicatiemiddelen die de ondernemers zelf inzetten beperken zich tot de genoemde productinformatie en de eigen website. De ondernemers doen op dit vlak dus relatief weinig, wat te maken heeft met de relatief kleine schaal van de bedrijven en de grote afstand tot de consument. Overigens moet hierbij worden opgemerkt dat diverse deelnemers de marketingcommunicatie overlaten aan hun telersvereniging, afzetorganisatie, Bloemenbureau Holland of AGFPN.

Vijftien deelnemers hebben een website. Van deze 15 verschaffen 13 bedrijven informatie over de productiewijze en 14 bedrijven geven informatie over het gebruik van het product (verzorgingstips, toepassing, recepten, voedingswaarde, etc.). Communicatie met consumenten over product en productiewijze vindt verder plaats via evenementen als Kom in de Kas.

Al met al is de **eigen** communicatie met consument en maatschappij beperkt.

### 3 People

#### Onze mensen, onze organisatie

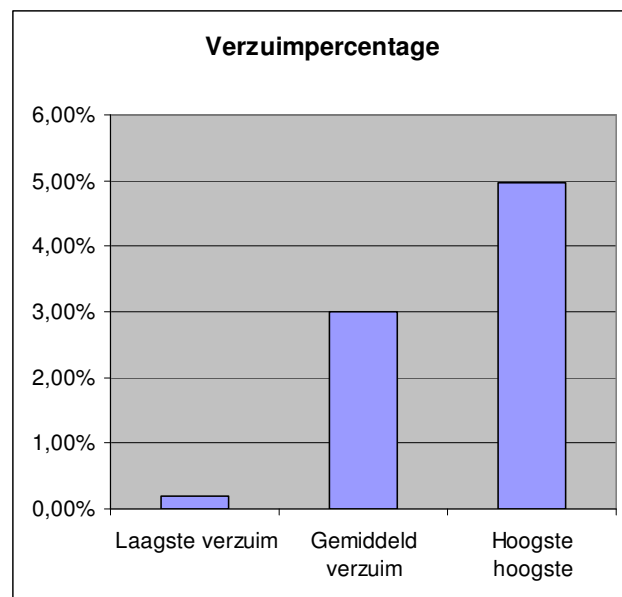
In deze paragraaf wordt het personeelsbeleid van de telers onder de loep genomen.

#### 3.1 Verzuim- en verlooppercentage laag

Het gemiddelde verzuimpercentage in de agrarische sector is 2,2% en 1,8% voor de glastuinbouw specifiek (Bron: stigas.nl). Gezien de gemiddelde verzuimpercentages in Nederland van 4,2 % en van sectoren als bouwnijverheid met 4,7% en industrie met 5,4% ligt het verzuimpercentage in de glastuinbouw laag (Bron: CBS.nl, 2005).

Bij de deelnemers ligt het gemiddelde verzuimpercentage van het vaste personeel op 3,0% over 2007. Dit is dus relatief hoog ten opzichte van het glastuinbouw-gemiddelde, maar nog altijd laag ten opzichte van het landelijke gemiddelde. De verklaring voor dit hoge cijfer komt door een aantal deelnemers met een hoog verzuimcijfer. Zij hebben te maken (gehad) met een langdurig zieke (op een bedrijf met relatief weinig vaste medewerkers) waardoor het verzuimpercentage in 2007 fors is opgelopen.

Figuur 8. Gemiddelde verzuimpercentage en het laagste



en hoogste verzuimpercentage onder de deelnemers.

Opgemerkt dient te worden dat het vaste personeel voornamelijk in het management / kader van de bedrijven hun taken verricht (40%). Het fysieke productiewerk wordt vaak uitgevoerd door uitzendkrachten. Het verzuim onder uitzendpersoneel wordt niet geregistreerd. Dit doet de kans op verzuim verminderen. Bij ziekte van een uitzendkracht wordt het werk ingevuld door een andere uitzendkracht.

Het gemiddelde verloop onder de 25 deelnemers is 3%. Het aantal vaste werknemers dat het dienstverband in 2007 heeft beëindigd bedraagt 10 op een totaal van 351. In verhouding met andere sectoren waarbij een verlooppercentage van 5 – 10% normaal is, is het percentage in de glastuinbouw laag, wat op zich positief is. Een laag percentage verloop kan echter ook een gebrek aan vernieuwing met zich mee brengen.

#### 3.2 Betrokkenheid van personeel bij besluitvorming

Voor de betrokkenheid en motivatie van het personeel is het belangrijk dat het personeel gehoord wordt en een stem heeft. 23 van de deelnemers geven aan dat de medewerkers betrokken worden in de besluitvorming van het bedrijf. Dit kan gebeuren door gestructureerd werkoverleg (bij 17 deelnemers) of gewoon door het gesprek aan te gaan tijdens de koffie. Het informeren van het

personeel gebeurt op ongeveer de helft van de bedrijven door middel van een nieuwsbrief die een aantal keer per jaar verspreid wordt.

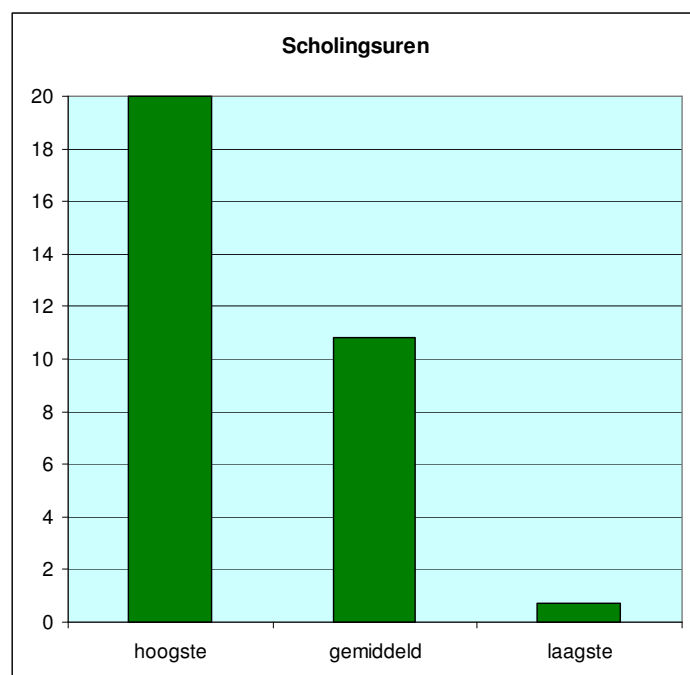
Extra activiteiten om het personeel betrokken te houden bij het bedrijf worden door alle bedrijven georganiseerd. Voorbeelden zijn: een bedrijfsuitje, barbecue of een kerstontbijt. Bij 20% van de bedrijven wordt dit binnen de personeelsvereniging georganiseerd.

Een ander goed voorbeeld is het aanbieden van een fietsplan aan de werknemers. Hiermee wordt fietsgebruik (en dus minder autogebruik) en beweging gestimuleerd, tevens past het binnen een aantrekkelijk arbeidsvoorwaardenpakket.

**Kanttekening:** Gezien het lage verloopcijfer (zie paragraaf 3.1) lijkt de tevredenheid en de betrokkenheid van het personeel bij de deelnemers hoog. De deelnemers ervaren dan ook geen problemen met de betrokkenheid van hun personeel. Daarentegen heeft een groot aantal deelnemers de wens om (continue) te werken aan een verdere professionalisering van het personeelsbeleid. Hieronder valt een gestructureerd werk of MT-overleg, maar ook de onderwerpen die in de volgende paragrafen aan de orde komen. Dit moet resulteren in een verbeterde inzetbaarheid en persoonlijke ontwikkeling (lees doorgroeimogelijkheden) van medewerkers.

### 3.3 Scholing personeel op managementniveau

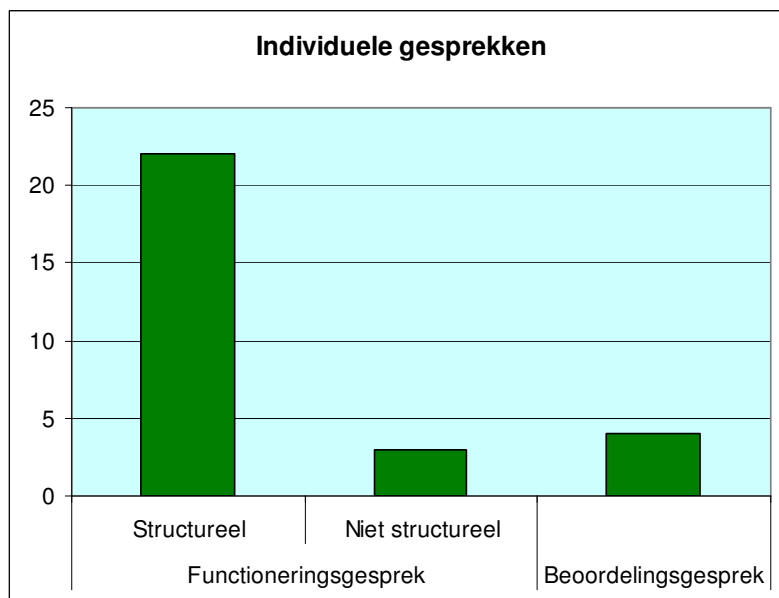
In totaal werden er in 2007 door de 25 bedrijven totaal ruim 3200 uren besteed aan het volgen van opleidingen. De vaste medewerker besteedde in 2007 gemiddeld 11 uur aan scholing en opleiding (zie figuur 9). Het bedrijf met het hoogste aantal scholingsuren per medewerker besteedde in 2007 20 uur per medewerker. De laagste score was minder dan 1 uur per vaste medewerker. Door de toenemende schaalvergroting worden steeds meer management en bedrijfskundige opleidingen gevolgd. Van het totale aantal scholingsuren van de deelnemer is 52% besteed aan managementopleidingen, 31% aan opleidingen voor bedrijfshulpverlening en de spuitlicenties. Deze opleidingen worden veelal door kaderpersoneel (meewerkende voormannen) gevolgd. De resterende 17% wordt aan administratieve en logistieke opleidingen besteed.



Figuur 9. Scholingsuren per vaste medewerker (aantal gemiddeld) en het hoogste en laagste aantal onder de deelnemers.

### 3.4 Functioneren en beoordelen

Bij 22 deelnemers wordt eenmaal per jaar het functioneren besproken. Tijdens deze functioneringsgesprekken worden zaken als arbeidsomstandigheden, salaris, persoonlijke ontwikkeling en opleidingsmogelijkheden besproken. Bij drie kleinere bedrijven vindt er wel overleg plaats met het personeel, echter ongestructureerd en er is geen verslaglegging. Hier gebeurt dit vaak tijdens of na de koffie. Bij vier bedrijven wordt het functioneren en het beoordelen van de prestaties van de werknemer gescheiden door middel van een apart beoordelingsgesprek.



Figuur 10. Structurele en niet structurele functioneringsgesprekken en beoordelingsgesprekken (aanwezig bij alle deelnemers).

### 3.5 Steeds minder stagiaires

Door 21 van de 25 bedrijven worden opleidingskansen, bijvoorbeeld stageplekken, aan mensen uit de lokale samenleving aangeboden. Van de 25 bedrijven is een achtal bedrijven gecertificeerd als 'Erkend leerbedrijf'.

De deelnemers ervaren het vinden van (geschikte) stagiaires als lastig.

Om studenten meer bij de glastuinbouw te betrekken, wordt er op diverse manieren aandacht gevraagd voor de sector. 4Evergreen, één van de deelnemers aan de pilot, heeft samen met de ondernemers in de omgeving Steenberg en een traject opgestart om een praktijkgerichte opleiding op maat aan te bieden. Dit in samenwerking met 'Het Prinsentuin College'.

**Leerwerktraject Glastuinbouw Steenberg en**  
**Vereniging LGS (Leerwerktraject Glastuinbouw Steenberg en)**

De LGS (Vereniging **L**eerwerktraject **G**lastuinbouw **S**teenberg en) heeft meerdere doelen

- Het aanbieden van opleidingen in de vorm van een MBO niveau BBL opleiding.
- Het aanbieden van deelcertificaten (cursussen).
- Aanbieden van stages.
- Imagoverbetering van de sector in zijn algemeenheid.

De LGS is een samenwerkingsverband van 8 ondernemers uit het glastuinbouw gebied Steenberg en, waarvan 7 glasgroente telers van tomaat, paprika en aubergine en 1 loonbedrijf.

De LGS is opgezet omdat er een structureel te kort is aan opgeleid personeel in de glastuinbouw. De bedrijven worden steeds groter en er is steeds meer plaats voor beter opgeleid personeel. Maar omdat mensen steeds meer voor een andere sector kiezen is de instroom minimaal. Daarnaast is op dit moment er geen aansluitende opleiding in de regio.

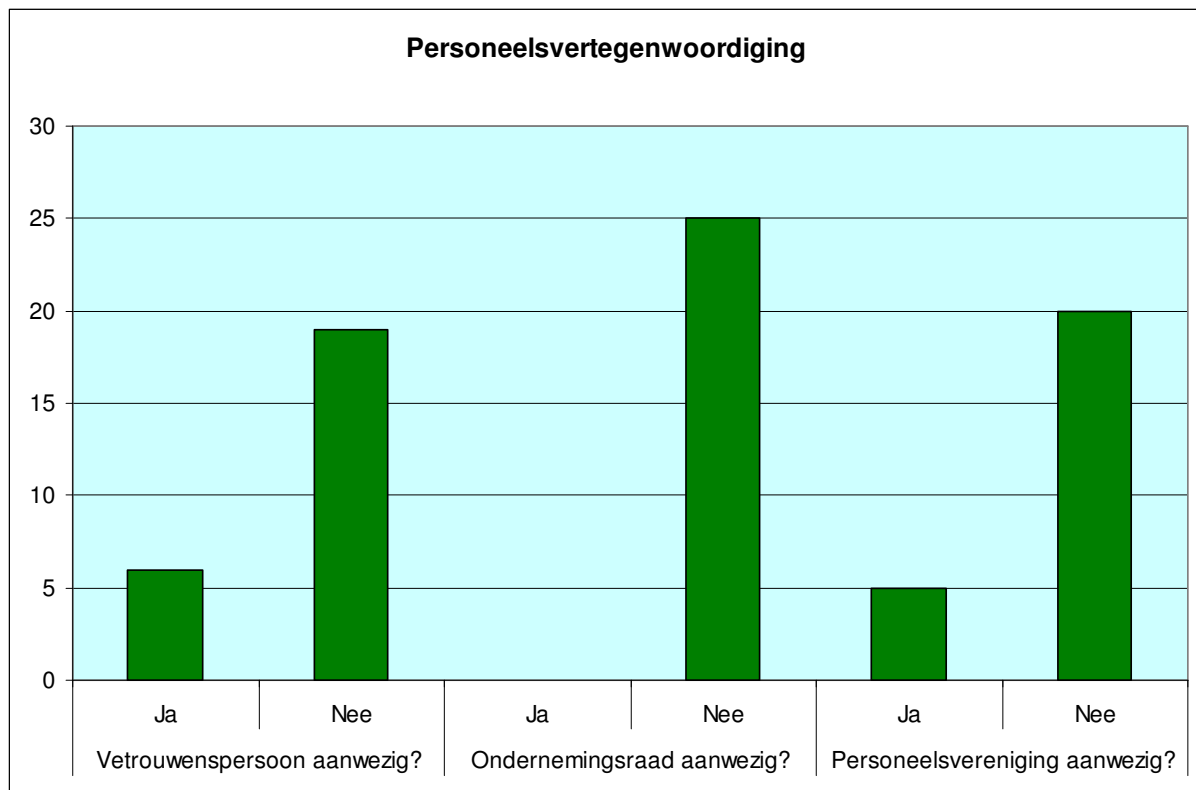
Tevens willen we het imago van de glastuinbouw veranderen. Door promotie op basisscholen en voorgezet onderwijs willen we laten zien dat de glastuinbouw van nu niet meer hetzelfde is als van vroeger. Hiermee hopen we te bereiken dat meer mensen zullen gaan kiezen voor de glastuinbouw nu en in de toekomst.

Bron: [www.tuinbouwklas.nl](http://www.tuinbouwklas.nl)



### 3.6 Personeelsvereniging niet structureel aanwezig

Vijf deelnemers hebben een personeelsvereniging. De personeelsverenigingen richten zich met name op het organiseren van bedrijfsuitjes. Op de andere bedrijven wordt dit georganiseerd door de ondernemer zelf of iemand uit het MT. Er is geen causaal verband tussen het aantal mensen wat in dienst is en de aanwezigheid van een personeelsvereniging.



Figuur 11. Vertrouwenspersoon, ondernemingsraad en personeelsvereniging (aanwezig bij de deelnemers).

### 3.7 Personeelsvertegenwoordiging kan professioneler

Geen van de bedrijven heeft 50 of meer vaste werknemers in dienst. De bedrijven zijn hierdoor niet verplicht om een ondernemingsraad in te stellen. Gezien het feit dat veel deelnemende bedrijven met veel uitzendkrachten werken (zie kader) is, ook voor deze 'kleinere' bedrijven, het instellen van een personeelsvertegenwoordiging een goede stap richting het professionaliseren van het personeelsbeleid. Een aangewezen persoon die het personeel vertegenwoordigt tijdens diverse overleggen kan resulteren in een meer gedragen besluitvorming en vergroot hiermee de betrokkenheid van het personeel.

De deelnemende bedrijven werken met een hoog percentage uitzendkrachten. Bij meer dan de helft (14) is het percentage vaste medewerkers lager dan 50%. Bij ruim een kwart van de bedrijven (7 deelnemers) is dit percentage onder de 25%.

### **3.8 Vertrouwenspersoon nog niet ingeburgerd**

Bij zes bedrijven is een vertrouwenspersoon officieel benoemd. Gemiddeld is er op deze bedrijven in 2007 drie keer een beroep gedaan op de vertrouwenspersoon. Bij de andere deelnemers wordt aangegeven dat 'de personeelsleden altijd bij iemand terecht kunnen'. Hier wordt, door de korte lijnen en platte organisatiestructuur, de directeur / eigenaar genoemd als officieus vertrouwenspersoon. Dat de eigenaar officieus vertrouwenspersoon is, kan drempelverhogend werken voor werknemers om een beroep op hem / haar te doen.

Volgens de Arbowet is het niet verplicht een vertrouwenspersoon te hebben benoemd. Uit een evaluatie van de Arbowet (in 2004) blijkt dat 50% van de kleine bedrijven (<10 medewerkers), oplopend naar 90% van de grote bedrijven (>200 medewerkers) één of meer vertrouwenspersonen heeft benoemd. Het blijkt dus dat de glastuinbouw op dit vlak, qua preventiemaatregelen, achter loopt op andere sectoren.

### **3.9 Mondelinge klachtenprocedure**

Een andere preventiemaatregel is de aanwezigheid van een klachtenregeling. Bij een grote meerderheid van de 25 deelnemende bedrijven (80%) is er een klachtenprocedure aanwezig. Deze is vaak opgenomen in het bedrijfsreglement. In de praktijk komt het er vaak op neer dat de werknemers hun klacht mondeling kenbaar maken bij hun leidinggevende. Terugkoppeling van klachten vindt plaats tijdens het werkoverleg of tijdens het functioneringsgesprek. Dit is afhankelijk van de aard van de klachten.

## 4 Planet

### Telen met respect voor het milieu

#### 4.1 Duurzame energiebronnen & toepassingen efficiënter energieverbruik

Het terugdringen van het gebruik van fossiele brandstoffen staat hoog op de agenda in de maatschappij. Dit geldt ook voor de glastuinbouw. Het inzetten van duurzame energiebronnen en toepassingen voor efficiënter energieverbruik is daarom een belangrijk item. Daarbij spelen de sterk gestegen energieprijzen een belangrijke rol. De inzet van duurzame energiebronnen is dus niet alleen maatschappelijk gezien van belang, maar ook een bedrijfseconomisch aspect.

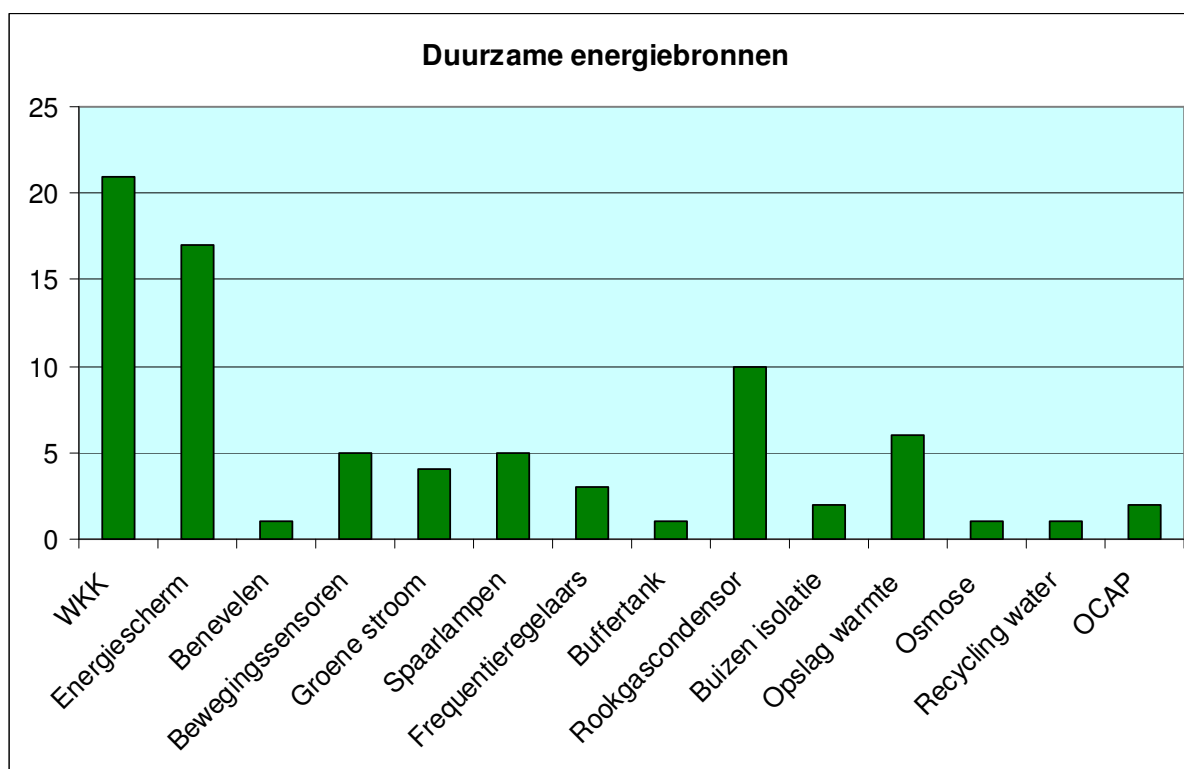
Negentig procent van het deelnemende areaal (21 deelnemers) heeft één of meerdere WKK-centrales (warmtekrachtkoppelingen). Dit percentage ligt erg hoog. Volgens het LEI had in 2007 slechts 38% van het areaal vruchtgroente een WKK. In de sierteelt ligt dit percentage op 34,5% (Bron: Effect stijgende energieprijzen voor de Nederlandse glastuinbouw, LEI, Den Haag, juli 2008).

WKK's geven een zeer efficiënt energiegebruik. WKK's gebruiken gas en produceren elektriciteit en warmte. De energie-efficiency van een WKK is zo'n 90 tot 95%. De conventionele energiecentrales behalen een rendement van 50%. Het totaal opgestelde vermogen van alle glastuinbouwondernemers in Nederland is gelijk aan een kleine energiecentrale.

De glastuinbouwondernemers die hun teelt niet belichten, leveren de geproduceerde elektriciteit aan het net. De geproduceerde warmte wordt gebruikt voor verwarming van de kas. Overtollige warmte wordt opgeslagen in warmtebuffers en in koude (vaak nachtelijke) uren gebruikt. De ondernemers die wel belichten hebben vaker warmte over. Dit wordt gedeeld in een energiecluster. In een energiecluster nemen meerdere glastuinbouwbedrijven deel, vaak met verschillende gewassen (bijvoorbeeld roos en paprika) en wordt de geproduceerde warmte en elektriciteit door de bedrijven toegepast in de teelt. Om nog meer energie te besparen worden energieschermen veel toegepast.

*"In vergelijking met 25 jaar terug, toen we met 100 kuub aardgas 12 kilo paprika's produceerden, zijn we nu, door alle verbeterde technieken en energiebesparende maatregelen, in staat om met 100 kuub gas bijna 6 keer zoveel (70 kilo) paprika's te produceren. En het einde van de energie-efficiency is nog niet inzicht", Martien van der Valk, paprikateler in Vierpolders.*

Nieuwe ontwikkelingen zijn de Kas zonder Gas en de Aircokas. Deze energiesystemen maken geen gebruik van een WKK, maar juist optimaal gebruik van zonnewarmte. Overtollige warmte wordt opgeslagen in buffers diep in de aarde. Met behulp van warmtewisselaars wordt deze warmte in de winter gebruikt voor verwarming van de kas. De koude wordt weer opgeslagen voor koeling in de zomer. Dit proces vraagt wel extra gebruik van elektriciteit. Om die reden kijken deze ondernemers naar de toepassing van windenergie om duurzaam te kunnen blijven produceren.



Figuur 12. Duurzame energiebronnen en toepassingen voor efficiënter energiegebruik (aantal en type bij de deelnemers).

Kleine aanpassingen zoals het aanbrengen van bewegingssensoren voor verlichting in kantoren, inzet van spaarlampen en frequentieregelaars worden maar mondjesmaat genoemd door de deelnemers.

## 4.2 Onderzoek & Ontwikkeling

Naast de bestaande toepassingen doen glastuinbouwondernemers onderzoek en ontwikkeling op het gebied van energie en teelt. Enkele voorbeelden zijn:

- kas zonder gas;
- aircokas;
- biologisch telen (EKO teelt);
- biovergistingsinstallatie;
- substraat voor meerjarig gebruik;
- wateruitspoeling (grondteelt);
- efficiëntere teeltmethoden;
- WKK op palmolie;
- windmolens.

Het terugdringen van het energieverbruik en het duurzaam produceren van energie zijn de belangrijkste drijfveren van de verschillende onderzoeken. Daarnaast spelen een hogere productie, betere kwaliteit of minder afval een belangrijke rol.

### 4.3 Broeikasgassen in de kassen

De 19 bedrijven (191 hectare) die de uitstootcijfers hebben ingevuld, produceerden in 2007 gezamenlijk 107.500 ton CO<sub>2</sub> door het verbruik van gas (met hun WKK of ketel). Dit is omgerekend 563 ton CO<sub>2</sub> per hectare. De ondernemers schatten dat ze gemiddeld 50 tot 80% van de geproduceerde CO<sub>2</sub> gebruiken voor de teelt (282 tot 450 ton CO<sub>2</sub> per hectare). Ze schatten dat gemiddeld 50 tot 60% hiervan wordt opgenomen door de planten (141 tot 270 ton per hectare, dat is 25 tot 48% van hetgeen ze produceren aan CO<sub>2</sub>).

Dat zou betekenen dat 40 tot 50% van de in de kas gebruikte CO<sub>2</sub> de kas verlaat via de luchtramen. Van de totaal geproduceerde CO<sub>2</sub> wordt dus geschat dat 52 tot 75% uitgestoten wordt via schoorsteen of luchtramen. Deze cijfers zijn exclusief de CO<sub>2</sub> die in de kassen worden gebruikt afkomstig van vloeibare CO<sub>2</sub>-tanks en OCAP (bijproduct van industrie op de Maasvlakte geleverd via leidingen in Westland en Oostland).

Opvallend is dat alle ondernemers exact weten hoeveel gas ze verbruiken en daarmee hoeveel CO<sub>2</sub> ze produceren, maar dat zij slechts op basis van schattingen weten hoeveel procent daarvan in de kas wordt gebruikt. Verder meet en / of registreert geen enkele deelnemer de uitstoot van CO<sub>2</sub> uit schoorsteen of luchtramen. Ook kan geen enkele deelnemer de uitstoot van stikstofoxiden (NO<sub>x</sub>) of zwaveloxiden (SO<sub>2</sub>) benoemen, laat staan dat dit gemeten of geregistreerd wordt.

Een andere opvallende constatering is dat maar weinig deelnemers zich bezighouden met de toekomstige (Europese) regelgeving ten aanzien de emissie van broeikasgassen.

*“We verwachten, door Europese regelgeving op het gebied van emissierechten, dat de uitstoot van broeikasgassen duurder wordt”, Stefan Oussoren, tomatenteler in Zevenhuizen.*

### 4.4 Bemestingsplannen aanwezig

22 deelnemende bedrijven maken gebruik van een bemestingsplan. De bemestingsplannen worden per teeltronde opgezet. Bijsturen van de plannen gebeurt op basis van drain- en gietwatermonsters. Op deze manier worden meststoffen zo efficiënt mogelijk ingezet.

### 4.5 Geïntegreerde gewasbescherming volledig ingevoerd

Op alle deelnemende bedrijven wordt een geïntegreerde gewasbeschermingstrategie toegepast. Er is duidelijk een verschil tussen de deelnemende voedingstuinbouwbedrijven en de deelnemende sierteeltbedrijven. Inzet van biologische bestrijding in de voedingstuinbouw is standaard geworden. Telers willen en kunnen (onder druk van retailers en wetgeving) minder gewasbeschermingsmiddelen gebruiken. De deelnemende voedingstuinbouwbedrijven geven allen aan de gewasbescherming voor 90 tot 95% biologisch te kunnen invullen. Indien noodzakelijk wordt plaatselijk een gewasbeschermingsmiddel toegepast om de insectenplaag of schimmel te bestrijden. De situatie in de sierteelt is anders. Hier wordt minder biologisch bestreden dan in de voedingstuinbouw. Alle deelnemende sierteeltbedrijven geven aan zoveel mogelijk biologisch te bestrijden, echter deze percentages variëren van 2% tot 75%. Redenen om niet volledig biologisch te bestrijden zijn: korte teeltduur of het feit dat er na de oogst geen gewas meer op het bedrijf is.

## 4.6 Gebruik van water

### **Reiniging steeds milieuvriendelijker**

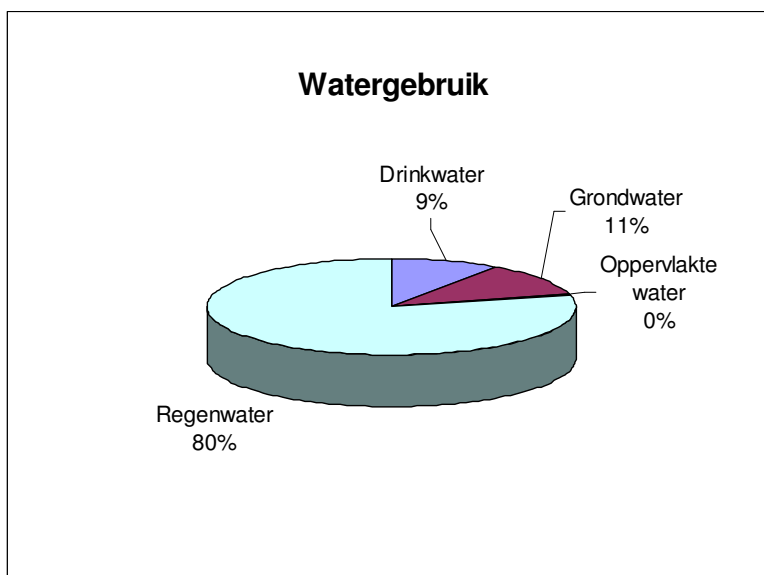
Het reinigen van het meermalig fust in de voedingstuinbouw (poolbakken) wordt bij de leverancier van dit fust verzorgd. In de sierteelt verzorgt FloraHolland de reiniging van meermalig fust. Centrale reiniging is kwalitatief beter, efficiënter en milieuvriendelijker.

Het reinigen van de buitenkant van de kas gebeurt op regelmatige basis. Hiervoor worden dekwassers ingezet. Dit gebeurt zonder toevoegingen aan het water. Bij speciale toepassingen, bijvoorbeeld wanneer het krijt van het dek moet, wordt wel een schoonmaakmiddel aan het water toegevoegd. Dit middel bevat geen milieubelastende bestanddelen.

De binnenkant van de kas wordt tijdens de teeltwisseling (bij groente éénmaal per jaar) gereinigd met een kleine concentratie fluor (dit middel breekt bij aanraking met zuurstof zeer snel af). De ziektedruk maakt het noodzakelijk om na een teeltwisseling met een ontsmette kas te beginnen aan een nieuwe teelt.

### **Verbruik & lozing water**

In de glastuinbouw is het gebruikelijk om regenwater van het kasdek op te vangen in bassin of silo. Dit regenwater wordt gebruikt voor de watergift aan de planten. Het regenwater wordt voor een kleiner deel aangevuld met grond- en / of leidingwater. Telers die niet in de grond maar op substraat telen vangen het water op dat niet door de wortels van de plant is opgenomen. Dit water wordt gereinigd en hergebruikt. Niet alle deelnemers registreren exact het waterverbruik. Het gebruik van meststoffen en de lozing van water is hierdoor minimaal. Gebruik van en lozing op het oppervlakte water is nihil. Het gebruik van grondwater en het spuien van brijwater zal op termijn uit beeld verdwijnen.

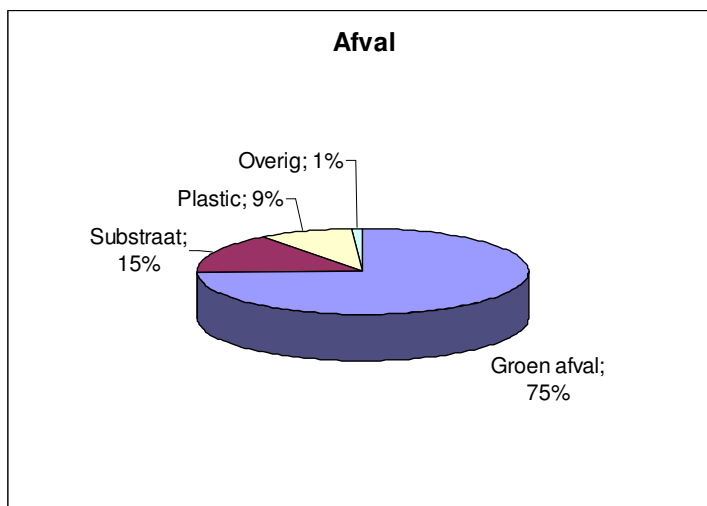


Figuur 13. Waterverbruik naar type water (in procenten van totaal gebruik).

## 4.7 Afval

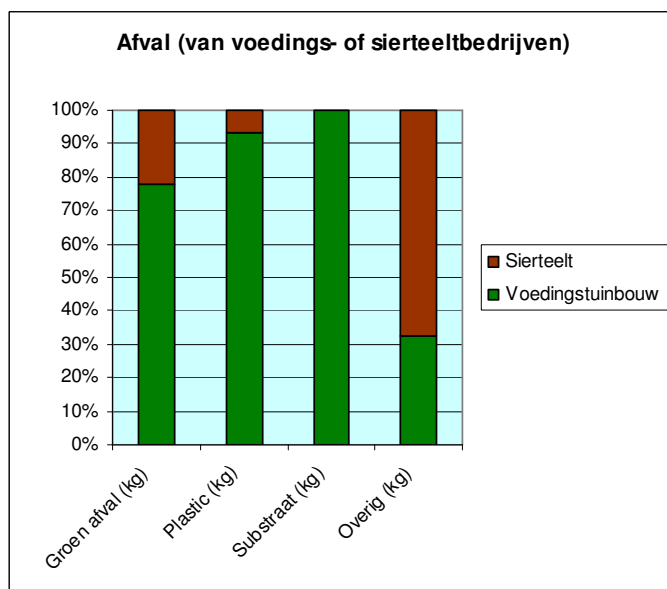
De deelnemers willen zo min mogelijk afval produceren. Uiteraard uit duurzaamheidperspectief, maar ook uit bedrijfseconomisch perspectief. De kosten van het afvoeren van restafval worden steeds hoger. Daarom is het voor de ondernemers aantrekkelijk om afval te scheiden zodat restproducten als groen, papier en glas kunnen worden hergebruikt. Alle deelnemers scheiden hun afval, hierdoor nemen de kosten van het afvoeren af.

Uit de afgenomen interviews blijkt dat 75% van de totale hoeveelheid afval bestaat uit groen afval. De voedingsbedrijven hebben hier het grootste aandeel in (bijna 80%). Dit groen afval komt met name uit de jaarlijkse teeltwisseling waarin het gewas wordt afgevoerd. De resterende 25% afval bestaat uit steenwolmatten (15%), plastic (9%) en overig (1%). Het aandeel overig afval bestaat uit papier, hout, lege verpakkingen en restafval.



Figuur 14. Afval per soort (in percentage van totaal).

Opvallend is dat de groentebedrijven veel meer afval produceren. Dit heeft te maken met de teeltwijze en hygiëne-eisen die worden gesteld door voedingsbedrijven. Tijdens de jaarlijkse teeltwisseling worden de oude planten, substraatmatten en loopfolie namelijk vervangen.



Figuur 15. Afval naar soort (in % naar voedings- of sierteeltbedrijven).

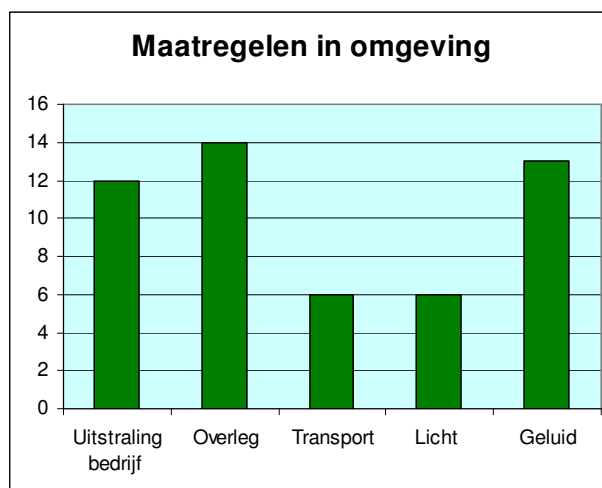
## 4.8 Telers in hun omgeving

Hoe ga je als ondernemer om met de omwonenden van je bedrijf? Een goede relatie met je omwonende is van groot belang. Bij nieuwe investeringen en / of uitbreidingsplannen is een ‘goede buur beter dan een verre vriend’, stelt één van de deelnemers. Maatregelen die hiervoor worden genomen, liggen op het vlak van overleg, uitstraling van het bedrijf en het beperken van de hinder van licht, geluid en transport.

*“Wij proberen de overlast van de uitstoot van licht en de overlast door geluid zoveel mogelijk te beperken. In de toekomst willen wij graag een vaste route voor vrachtvervoer om de omwonenden zoveel mogelijk te ontlasten”, David van Teyl, chrysantenkweker in Brakel.*

Meer dan de helft van de ondernemers (56%) geeft aan frequent overleg te hebben met omwonenden. Hierdoor probeert men een goede relatie en een goed imago op te bouwen. Qua uitstraling en omgeving van het bedrijf geeft ongeveer de helft (48%) van de ondervraagde ondernemers aan extra aandacht hieraan te besteden. Genoemd zijn: extra vaak de kanten maaien, zorgen dat er geen afval rondslingert, extra aanplanting van bomen.

Elk bedrijf veroorzaakt transportbewegingen. Afvoer van het product, toeleveranciers die materiaal bezorgen, onderhoudsmonteurs bij storingen. Zoals eerder genoemd, zie paragraaf ‘2.2 MVO kwesties in de praktijk’, is transport bij negen deelnemers een onderwerp wat maatschappelijk speelt. Dit komt voornamelijk door de geografische ligging van het bedrijven en de grootte; wat uiteraard van invloed is op het aantal transportbewegingen. Bij bedrijven die dicht tegen een dorpskern aanliggen, of waar veel directe omwonenden zijn, speelt het onderwerp transport logischerwijs meer. Overigens is in de glastuinbouw al een duidelijke verbetering waarneembaar door het inzetten van collectietransport. Hiermee is het aantal transportbewegingen fors teruggedrongen.



Figuur 16. Genomen maatregelen richting de omgeving van de deelnemers (in aantal en type).



## 5 Profit

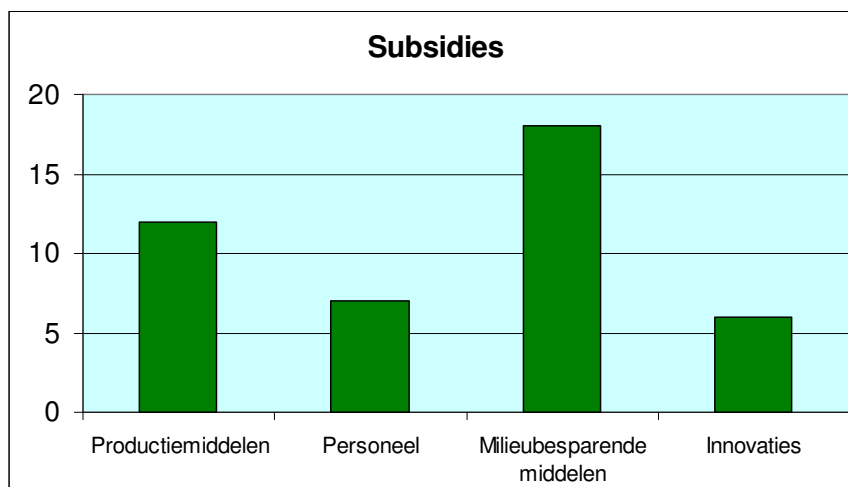
### Profit meer dan winst in geld

Onder het hoofdstuk Profit van de individuele rapportage vallen onderwerpen als omzet, vermogen, lonen, belastingen en crediteurenbeleid. Deze informatie is door deelnemers in vertrouwen gegeven. Deze informatie is derhalve niet te gebruiken voor deze overkoepelende rapportage.

Wel interessant om op te nemen zijn sponsoring (giften), subsidies en kosten gemaakt voor behoud van het milieu (boven wettelijke maatregelen). Hier zien we dat investeringen in nieuwe ontwikkelingen, duurzame productiemiddelen of (technische) innovaties niet alleen maatschappelijk verantwoord zijn, maar ook veel kunnen opleveren voor de ondernemer. Zo zorgt automatisering / robotisering en scholing / opleiding voor een hogere medewerkertevredenheid en daarmee voor betere arbeidsprestaties, milieuontlastende maatregelen voor een betere imago richting de maatschappij en investeringen in WKK, energieschermen of gesloten kas voor energiebesparing en dus een kostenreductie. Bij de genoemde voorbeelden in dit hoofdstuk kunnen vanwege vertrouwelijkheid geen bedragen worden genoemd.

### 5.1 Veelvuldig gebruik gemaakt van subsidies

In totaal is er 43 keer gebruikt gemaakt van subsidies door de ondernemers. Het grootste aandeel hierin zijn de GMO subsidies (12x) en de Groen Label Kas (17x). Innovatiesubsidies zijn onder andere verleend voor onderzoek naar een biovergistingsinstallatie, bijdrage voor een demonstratiekas en een bijdrage aan de Kas zonder Gas ([kaszondergas.nl](http://kaszondergas.nl)). Met betrekking tot personeel zijn subsidies verleend voor cursussen en het verbeteren van arbeidsomstandigheden.



Figuur 18. Verkregen subsidies door deelnemers (in aantal per bedrijfsonderdeel of activiteit).

Genoemde subsidies zijn:

- Productiemiddelen (bijv. machines) – GMO.
- Personeel (scholing en arbeidsomstandigheden) – Colland / PT.
- Milieubesparende investeringen (fiscaal voordeel) – MEP / MEI / MIA.
- Innovaties (demoregeling) – LNV / PT .

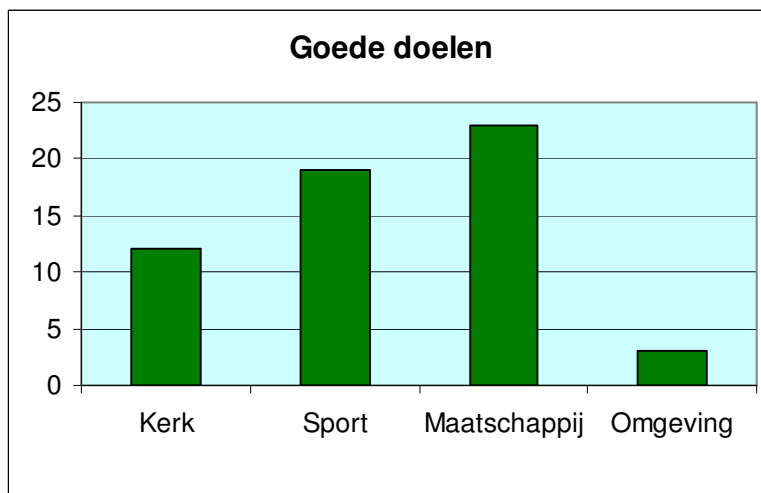
### **Telers geven dichtbij**

Onderdeel van maatschappelijk verantwoord ondernemen zijn donaties en sponsoring. We hebben dit geclusterd in een aantal doelen:

- kerk (bazar / zendingswerk);
- sport (-verenigingen);
- maatschappij (charitatieve instellingen / verenigingen / stichtingen / fondsen);
- omgeving (behoud natuur / milieu).

Omwille van vertrouwelijkheid hebben we dit niet uitgedrukt in euro's, maar in aantal maal genoemd.

Overigens bestaan de giften niet alleen uit geld, maar ook uit producten of uren door de ondernemer. Opvallend is dat giften ter behoud van natuur en milieu nauwelijks voor komen. Dit in tegenstelling tot giften voor kerk, sport en maatschappij. De telers doen giften vooral aan eigen kerk en lokale (sport-)verenigingen en stichtingen. Dus minder aan (inter)nationale stichtingen als Wereld Natuur Fonds of verenigingen als De Zonnebloem.



Figuur 19. Goede doelen genoemd door deelnemers (in aantal en type).

## **5.2 Behoud milieu**

De ondernemers is gevraagd naar kosten die gemaakt worden ter behoud van het milieu. Hiermee worden investeringen ten behoeve van het milieu bedoeld die niet wettelijk verplicht zijn. Exacte bedragen kunnen we omwille van vertrouwelijkheid hier niet noemen.

Eén van de meest genoemde investeringen voor behoud van het milieu is de WKK. Zoals al eerder benoemd hebben 21 deelnemers een WKK. Om kostbare energie te besparen, worden de meeste milieu-investeringen hierin gedaan. Andere bovenwettelijke investeringen om het milieu te ontlasten zijn bewegingssensoren, isolatiepanelen en extra energieschermen. Om zoveel mogelijk meststoffen te besparen is er geïnvesteerd in een gesloten watergeefstelsel om het drainwater te kunnen opvangen en recirculeren. Om water te besparen wordt er gebruik gemaakt van bassins of silo's om regenwater op te vangen en dit toe te passen in de teelt.

Om zo maximaal mogelijk biologisch te telen, is er geïnvesteerd in biologische gewasbeschermers (natuurlijke vijanden). Rekening houdend met de omwonenden zijn er schapen ingezet die de slootkanten van de kassen netjes te houden. Hierdoor hoeft er niet meer gemaaid te worden met machines. Ook zijn er extra beplantingen gedaan om de uitstraling van het bedrijf voor de omgeving te verfraaien.

## 6 Conclusies & aanbevelingen

Onderstaand treft u de conclusies en aanbevelingen aan.

### **MVO onbewust toegepast, weinig ingebakken in strategie**

MVO is bekend bij alle ondernemers. Iets minder dan de helft van de deelnemers heeft MVO in haar missie en doelstellingen verwoord. Alle ondernemers nemen hun maatschappelijke verantwoordelijkheid door in meer of mindere mate op het gebied van milieu en sociale aspecten bovenwettelijke activiteiten uit te voeren. Dit is op zich genomen positief, maar nog altijd onder het landelijke gemiddelde van 60%.

Een belangrijke verbetering kan worden gemaakt in het daadwerkelijk sturen op MVO doelstellingen. Dit lijkt nog nauwelijks te gebeuren. Hieronder de stappen die naar ons inzicht genomen moeten worden.

Stappen	Voorbeeld
1. MVO doelstellingen op onderdelen benoemen	Percentage overig afval verlagen naar 3%
2. Indicatoren benoemen	Aantal kilo totaal Aantal kilo overig afval
3. Meten	Registratie afval in type en kilo
4. Sturen / maatregelen nemen	Scheiden karton, papier, etc.
5. Verantwoordelijke benoemen	Bedrijfsleider hal

Tabel 1. Sturen op MVO-doelstellingen

Daar waar ondernemers voor hun teeltproces bovenstaande managementaanpak tot in de finesses beheersen, lijkt dit voor andere bedrijfsprocessen veel minder doorgevoerd te zijn. Uit het feit dat veel ondernemers moeite hebben bepaalde informatie aan te leveren, geeft aan dat zij hiermee niet dagelijks bezig zijn.

### **People**

#### ***Laag verzuim en verloop indicatie van goede arbeidsomstandigheden en tevreden werknemers***

Opvallend zijn de lage verzuim- en verloopcijfers bij de deelnemers. Dit is een indicatie dat werknemers het naar hun zin hebben en tevreden zijn. Waarom de deelnemers gemiddeld hoger scoren met het ziekteverzuim dan het gemiddelde in de sector konden we niet achterhalen.

Verder professionaliseren lijkt bij diverse deelnemers mogelijk te zijn door het invoeren van structurele functionerings- en beoordelingsgesprekken, werkoverleg en informatievoorziening. Daarnaast draagt het invoeren van een personeelsvereniging en het aanstellen van een vertrouwenspersoon ook bij aan de betrokkenheid. Opgemerkt moet worden dat dit slechts instrumenten zijn en invoering hiervan niet per definitie tot verbetering leidt; het is en blijft tenslotte mensenwerk.

Geen enkel bedrijf lijkt problemen te hebben met de beschikbaarheid van personeel. Opvallend is dat vacatures gemakkelijk worden ingevuld. Het feit dat steeds minder stagiaires zich melden is een belangrijk signaal voor de toekomst. Een actievere houding naar de arbeidsmarkt en het onderwijs is voor de nabije toekomst verstandig.

### **Planet**

#### ***Kampioen in beheersing teeltproces***

Nederlandse telers zijn kampioen in het beheersen van het teeltproces en klimaat. De resultaten van de MVO scans bewijzen dit nog weer eens. Gebruik van meststoffen, energie en biologische gewasbeschermers hebben de ondernemers exact in beeld en hierop wordt actief gestuurd. Het feit

dat alle deelnemers het MPS certificaat of GlobalGAP hebben, geeft ook de hoge mate van procesbeheersing aan.

Logisch gevolg hiervan is dat er optimale omstandigheden zijn voor de groei met een efficiënte inzet van productiemiddelen.

#### ***Biologische bestrijding volledig ingeburgerd***

De inzet van biologische bestrijding is volledig ingeburgerd. Bij de deelnemende groentetelers gebeurt de gewasbescherming voor 90 tot 95% door de inzet van biologische gewasbeschermers. In de sierteelt liggen de percentages lager voornamelijk door de snelle teeltcycli. Het residuvrij telen in de voedingstuinbouw is ook een punt dat na de MRL-discussie direct wordt opgepakt.

#### ***Energie een heel heet onderwerp***

De deelnemers hebben veel geïnvesteerd in energiebesparende maatregelen. WKK's, Groen Label Kassen en energieschermen zijn daarbij de uitschieters. Onder druk van de stijgende energiekosten heeft dit onderwerp veel aandacht bij de deelnemers. Zij verwachten dat hierin nog veel wordt geïnvesteerd en geïnnoveerd. Enkele deelnemers hebben reeds risicovolle innovaties doorgevoerd.

#### ***Duurzaam gebruik water***

Regenwater is verreweg het belangrijkste voor de watergift. Het gebruik van leidingwater is gering (9%). Verder is recycling gebruikelijk en vindt lozing op het oppervlaktewater niet meer plaats. Er lijkt nog weinig milieuwinst te behalen te zijn op het gebied van water. Wel is gebruik van grondwater nog een punt van discussie.

#### ***Afvalscheiding is standaard***

Het scheiden van groen afval is standaard op de bedrijven. Het percentage groenafval is 75%. Verdere verduurzaming van gebruik van plastics (9%) en substraten (15%) zijn kansrijk. Innovaties op dit vlak zitten in de pijplijn.

#### ***Beperkte kennis van CO<sub>2</sub> en NO<sub>x</sub> uitstoot***

Ten opzichte van andere grootverbruikers van energie heeft de glastuinbouw een relatief beperkte uitstoot van CO<sub>2</sub>. CO<sub>2</sub> wordt immers gebruikt voor de groei van de planten. Daarnaast levert de inzet van WKK's netto minder CO<sub>2</sub> uitstoot op, door efficiënter energiegebruik, en gebruiken enkele deelnemers CO<sub>2</sub> via OCAP wat een restproduct van de industrie is.

Opvallend is dat de deelnemers slechts op basis van inschattingen de CO<sub>2</sub> en NO<sub>x</sub> uitstoot kennen van hun bedrijf. Dit wordt ook niet geregistreerd. Gezien de CO<sub>2</sub> discussies en de op handen zijnde regelgeving is meer aandacht en een actievere houding op dit vlak noodzakelijk.

#### ***Meer aandacht voor uitstraling bedrijf***

Slechts een kleine 50% van de bedrijven besteedt extra aandacht aan de fysieke uitstraling van het bedrijf. Gezien het feit dat tuinbouwbedrijven niet direct met natuurlijke schoonheid worden geassocieerd, zijn meer aandacht voor verfraaiing van het bedrijf en betere landschappelijke inpassing gewenst.

### **Profit**

Gezien de vertrouwelijkheid van financiële gegevens volgen slechts enkele opmerkingen over het onderdeel Profit.

Diverse deelnemers hebben de stijgende energiekosten en de slechte marktprijzen belangrijke kwesties voor de nabije toekomst genoemd. Het rendement komt hierdoor in gevaar.

Milieugerelateerde investeringen doen de deelnemers volop waarbij de nadruk ligt op investeringen in (duurzame) energie. De ondernemers lijken de weg naar subsidiefondsen goed te kunnen vinden. Giften aan goede doelen, sport en kerk gebeurt door alle deelnemers. Opvallend is dat doelen voor natuur en milieu geen populaire doelen zijn.

### **Communicatie met consumenten beperkt en met omwonenden volop**

De deelnemers zijn vakmensen die trots op hun product zijn. Door de grote afstand tot de consument en de relatieve kleinschaligheid van de bedrijven is communicatie met de consument lastig. De geringe invloed die ondernemers op de presentatie op het schap hebben, ervaren diverse ondernemers als een probleem. In veel gevallen is de communicatie met de consumenten beperkt tot het meegeven van productinformatie door (steek)etiketten en een website. Wel zijn diverse deelnemers zelf of via hun telersvereniging steeds meer bezig met promotieactiviteiten. Deze zijn deels gericht op handelspartners en deels op consumenten.

Hoewel grote afstand tot de consument communicatie lastig maakt, is het de vraag of er voldoende gebeurt op dit vlak.

Communicatie met omwonenden gebeurt volop. De helft van de bedrijven neemt maatregelen om de uitstraling van het bedrijf te verbeteren. Dit is aan de lage kant. Met name de bedrijven buiten de traditionele kassengebieden zijn actief op dit gebied. Meer aandacht aan inpassing in de omgeving door meer groen en betere verzorging van het bedrijf wordt daarom aanbevolen.