Een blik op
MVO Onder Glas

– Samenvatting –

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 mogelijke 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

Samenvatting MVO onder Glas

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.

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.

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.

De 25 deelnemende bedrijven hebben ieder een individuele rapportage ontvangen. Daarnaast is een groepsrapportage opgesteld. Deze notitie is een samenvatting van de groepsrapportage.

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 verbeterslag 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_2 en NO_x uitstoot

Ten opzichte van andere grootverbruikers van energie heeft de glastuinbouw een relatief beperkte uitstoot van CO_2. CO_2 wordt immers gebruikt voor de groei van de planten. Daarnaast levert de inzet van WKK's netto minder CO_2 uitstoot op, door efficiënter energiegebruik, en gebruiken enkele deelnemers CO_2 via OCAP wat een restproduct van de industrie is.

Opvallend is dat de deelnemers slechts op basis van inschattingen de CO_2 en NO_x uitstoot kennen van hun bedrijf. Dit wordt ook niet geregistreerd. Gezien de CO_2 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 besteed 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.