

**Continuïteit  
en  
innovatie**

**Jaarplan 2011 MVO Nederland**

**30 november 2010**



## **Inhoudsopgave**

<b>1. MVO Nederland in 2011</b>	<b>3</b>
<b>1.1 Continuïteit en innovatie</b>	<b>3</b>
<b>1.2 Interne organisatie</b>	<b>5</b>
<b>1.3 Doelen en resultaten 2011</b>	<b>6</b>
<b>2. Programma's en projecten</b>	<b>7</b>
<b>2.1 Kennis &amp; Leren</b>	<b>7</b>
<b>2.2 Brede communicatie naar het bedrijfsleven</b>	<b>8</b>
<b>2.3 Brancheprogramma</b>	<b>9</b>
<b>2.4 Projecten</b>	<b>11</b>
<b>3. Partners en producten</b>	<b>22</b>
<b>4. Corporate Communicatie</b>	<b>26</b>
<b>5. Personeel en organisatie</b>	<b>28</b>
<b>6. Financiën</b>	<b>30</b>

# 1. MVO Nederland in 2011

MVO Nederland gaat een uitdagend jaar tegemoet. De periode dat we financiering voor de basisactiviteiten ontvangen (brancheprogramma, kennisontwikkeling, website, communicatie, overhead) nadert haar einde. Tegelijkertijd wordt gewerkt aan nieuwe activiteiten en financieringsbronnen op basis van een groeiend aantal partners.

Parallel aan het opstellen van dit jaarplan werkt MVO Nederland aan een businessplan 2012-2015. In dit businessplan wordt de strategie beschreven om onze activiteiten ook na 2012 voort te zetten. MVO Nederland kiest daarbij voor een hybride organisatie (publiek-privaat).

Wij willen ons daarbij positioneren als het meest brede, actuele en onafhankelijke MVO-kennisnetwerk van ons land, dat beter dan wie ook een brug kan slaan tussen enerzijds actuele MVO-kennis en ervaringen van MVO-koplopers en anderzijds wensen en mogelijkheden bij het mainstream bedrijfsleven. Daarbij zijn wij als geen ander in staat overheden en bedrijven rond concrete MVO-thema's goed met elkaar te verbinden.

2011 is dus vooral een transitiejaar. Wij zetten succesvolle en door de overheid gefinancierde activiteiten voort, zoals het brancheprogramma en diverse kennis- en bewustwordingsprojecten. Daarnaast anticiperen wij op nieuwe overheidsprioriteiten, op de groeiende aandacht voor duurzame en sociale innovatie bij onze partners en op een vernieuwing van onze organisatie als gevolg van het nieuwe meerjaren businessplan.

Daarom kiezen we als motto voor dit jaarplan voor: **continuïteit en innovatie**.

## 1.1 Continuïteit en innovatie

In dit transitiejaar zullen we o.a. de volgende thema's vertalen naar concrete kennis en hulpmiddelen voor het bedrijfsleven:

- Internationale ketenverantwoordelijkheid/duurzaam inkopen
- OESO-richtlijnen

- MVO in ontwikkelingslanden
- MVO in opkomende markten
- Materialen en –grondstoffenschaarste
- Biodiversiteit
- Maatschappelijk betrokken ondernemen en medewerkervrijwilligerswerk
- MVO in de agribusiness (o.a. biobased economy)
- Arbeidsparticipatie
- Sociale innovatie

In 2011 gaan we met de diverse ministeries in gesprek over hun nieuwe beleidsprioriteiten en over de wijze waarop MVO Nederland hierop kan inspelen.

Bij het doorvertalen van de thema's kiezen we zo veel mogelijk voor een branchegerichte aanpak, waarbij samenwerking met de brancheverenigingen een belangrijk uitgangspunt is.

Daarnaast geven wij invulling aan de behoeften van onze partners om verdieping van MVO-kennis te realiseren, zich als partner goed te kunnen profileren en hun MVO-netwerk verder uit te bouwen. De integratie van MVO in de bedrijfsprocessen van de aangesloten bedrijven is de rode draad in onze partneractiviteiten.

### **Sociale innovatie/P van people**

Uit tal van signalen van partners en andere marktpartijen blijkt dat er een sterk groeiende interesse is in thema's die verbonden zijn met sociale innovatie en de 'P van people binnenland'. Het gaat hierbij om onderwerpen als leiderschap, slim samenwerken, verankering van MVO in de interne organisatie, medewerkersbetrokkenheid, arbeidsparticipatie, het nieuwe werken, etc.

Gezien deze sterk groeiende interesse zal MVO Nederland in 2011 het onderwerp sociale innovatie/de P van people als speerpunt kiezen voor de activiteiten ten

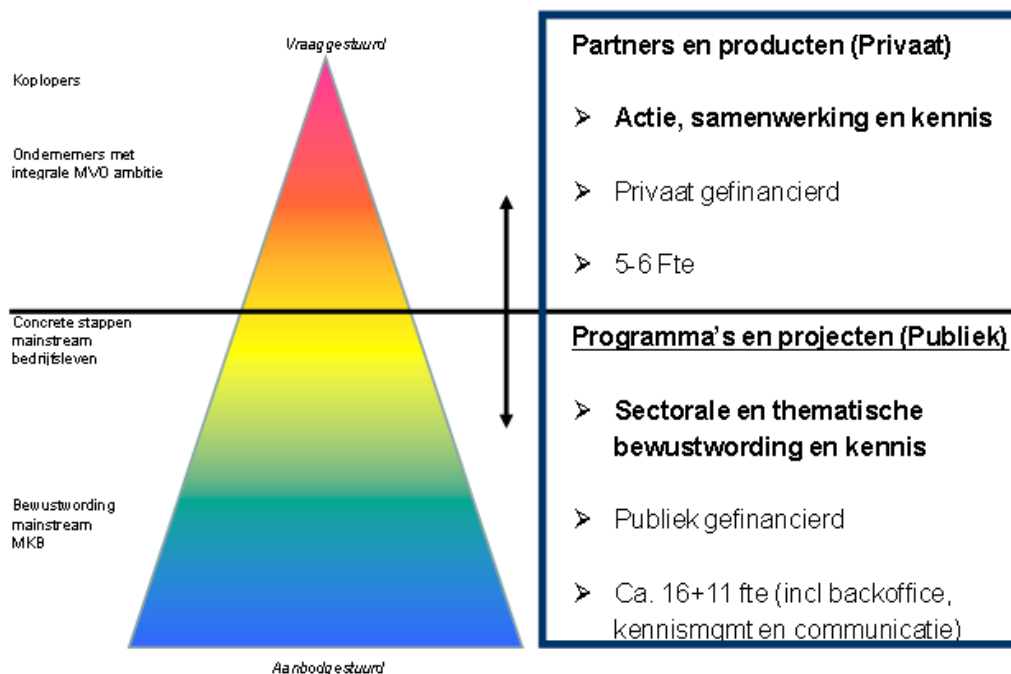
behoefte van haar partners.. Dat komt o.a. tot uitdrukking in leer- en inspiratiebijeenkomsten, dossiers op de website, publicaties etc. Aan deze keuze ligt een visiedocument ten grondslag, dat medio 2010 onder de titel 'mensgericht ondernemen' in nauw overleg met een aantal aangesloten partners is opgesteld. Dit visiedocument is vervolgens door het bestuur vast gesteld.

## 1.2 Interne organisatie

Het oorspronkelijke basisprogramma en de publiek gefinancierde projecten zijn intern samengevoegd in de afdeling Programma's en Projecten. De activiteiten gericht op betalende partners zijn geclusterd binnen de afdeling Partners en Producten.

In 2011 zullen wij meer projectmatig en klantgericht gaan werken. Daarbij introduceren wij ook nieuwe werk- en overlegvormen die mede mogelijk worden gemaakt door onze verhuizing naar een nieuw pand.

## Eén organisatie, twee focusgebieden



### 1.3 Doelen 2011

In 2011 wil MVO Nederland bijdragen aan een verdere mainstreaming en verankering van MVO in het Nederlandse bedrijfsleven. Onze belangrijkste doelen en activiteiten daarbij zijn:

- Samenwerking met ca. 50 brancheorganisaties (2010: > 40)
- Realisatie van ca. 10 MVO-projecten i.s.m. 5 ministeries
- 2000 betalende partners (2010: 1300)
- Bereik >100.000 bedrijven
- 7.500 directe ondernemerscontacten via workshops, bijeenkomsten etc.
- Website: 1,5 miljoen pageviews (2010:1,25 mln)

De activiteiten worden hierna meer in detail beschreven.

## 2. Programma's en Projecten

De afdeling Programma's en Projecten levert kennis, inspiratie en hulpmiddelen aan het mainstream bedrijfsleven om zoveel mogelijk ondernemers bewust en actief aan de slag te laten gaan met MVO in de kernactiviteiten van hun bedrijven.

Om zoveel mogelijk bedrijven te bereiken, werken we langs drie sporen:

- Brede communicatie naar het Nederlandse bedrijfsleven
- Brancheprogramma, waarin nauw wordt samengewerkt met brancheverenigingen en
- Concrete projecten, waarbij de sectorale aanpak en bewustwording centraal staan.

Onderstaand worden de doelstellingen, activiteiten en resultaten voor 2011 nader toegelicht.

### 2.1 Kennis & Leren (K&L)

MVO Nederland is een kennisintensieve organisatie. Waar voorheen de nadruk lag op verspreiding van algemene MVO-kennis zal het accent meer komen te liggen op concrete MVO-thema's, trendwatching en op producten en diensten voor ondernemers.

Doelstellingen en activiteiten

- K&L ontwikkelt, valideert en onderhoudt de meest complete en actuele MVO-kennisdatabase in Nederland.
- K&L helpt ondernemers met vragen over MVO kwalitatief goed en snel. In 2011 zullen circa 2500 vragen binnen 3 werkdagen worden beantwoord.
- K&L ontwikkelt kennisproducten en trainingen ten behoeve van partners van MVO Nederland.

- K&L draagt zorg voor een heldere visie op de ontwikkeling van MVO in Nederland en op aan MVO gerelateerde onderwerpen.
- K&L verzorgt de inhoudelijke kwaliteit van alle uitingen van MVO Nederland, waaronder de website.

In 2011 ondersteunt K&L de volgende kernactiviteiten van de organisatie:

- Het brancheprogramma
- De website
- Het MBO-programma
- Diverse projecten, zoals het agribusinessproject, opkomende markten en ketenportal
- Partners en producten

## **2.2 Brede communicatie naar het bedrijfsleven**

### Doelstellingen

Het begrip MVO neerzetten als een manier van ondernemen die zowel marktkansen biedt voor ondernemers als een mogelijkheid om de crises (economische crisis, klimaatcrisis, energiecrisis, voedselcrisis e.d.) te lijf te gaan. Het gaat ons vooral om bewustwording en het aanbieden van concrete tools, zodat ondernemers zelf met MVO aan de slag kunnen gaan.

### Activiteiten

- Intensief samenwerken met tal van ondernemersmedia.
- Doorontwikkelen van de vernieuwde website tot een zo breed mogelijke portal van MVO-informatie.

- Aanwezig zijn op een aantal landelijke en regionale ondernemersbeurzen en -bijeenkomsten, om de mainstream MKB-ondernemer te informeren over en te enthousiasmeren voor MVO.
- Onze communicatie zoveel mogelijk sectorspecifiek aanbieden, zodat ondernemers MVO makkelijker in hun bedrijfsproces kunnen integreren. Samen met intermediairs (brancheverenigingen, kamers van koophandel, etc.) en adviesbureaus zullen wij tools ontwikkelen en verspreiden, waarbij we steeds per sector de goede voorbeelden uitlichten.
- Het agenderen van onderwerpen, thema's en campagnes die vanuit de projecten worden aangedragen, in alle beschikbare media (o.a. MBO, arbeidsparticipatie, opkomende markten, ontwikkelingslanden, OESO-richtlijnen, duurzaam inkopen).

## Resultaten

- MVO wordt door ondernemers steeds meer gezien als een kans om hun marktpositie te versterken.
- Zowel in landelijke als ondernemersmedia is MVO een regelmatig terugkerend onderwerp.
- Met onze directe en indirecte communicatie bereiken wij minimaal 100.000 ondernemers.
- De websites van MVO Nederland worden gewaardeerd met minimaal een ruime 7.
- De website van MVO Nederland wordt nog meer het startpunt voor alle bedrijven die informatie en/of inspiratie zoeken over MVO.

## 2.3 Brancheprogramma

In het brancheprogramma worden brancheverenigingen en andere ondernemersorganisaties ondersteund bij het opzetten en uitvoeren van MVO-beleid. Hiermee worden bedrijven die aangesloten zijn bij deze organisaties structureel en sectorspecifiek bewust gemaakt van het belang en de kansen van MVO.

2011 zal in het teken staan van het verder uitbouwen van het netwerk van brancheorganisaties.

In het brancheprogramma is specifieke aandacht voor de sectoren bouw en industrie en handel en dienstverlening. Daarnaast zal in 2011 het agribusinessproject worden voortgezet en zal een speciaal stimuleringsproject voor MVO in de zorg van start gaan.

### Doelstellingen

Ondernemersorganisaties besteden structureel tijd en middelen aan het stimuleren, informeren en inspireren van ondernemers op het gebied van MVO. Hiermee wordt de bewustwording van bedrijven systematisch vergroot en wordt MVO verankerd bij branche- en ondernemersorganisaties.

### Activiteiten

- Structurele samenwerkingsverbanden met 50 brancheverenigingen.
- Stimuleren en monitoren van brancheverenigingen om stappen te nemen binnen de MVO-beleidscyclus: kennismaking – draagvlakcreatie – beleidsvorming – implementatie – monitoring en evaluatie.
- Ondersteuning van brancheorganisaties bij het communiceren over MVO naar leden.
- Sectorspecifieke communicatie op gang brengen door middel van publicaties in vakbladen en andere sectorspecifieke media.
- Opstarten van bewustwordingstrajecten met brancheverenigingen die met MVO beginnen.
- Deelname van brancheorganisaties en kamers van koophandel aan door MVO Nederland uitgevoerde projecten stimuleren en faciliteren (bv. deelname MBO-programma en communicatie OESO-richtlijnen).
- Faciliteren van intersectoraal leren door middel van intervisietrajecten voor en door brancheverenigingen. In 2011 zullen er minimaal 2

intervisiebijeenkomsten worden gehouden.

- Uitgeven van minimaal drie nieuwsbrieven voor deelnemende brancheorganisaties.

## Resultaten

- Eind 2011 nemen 50 ondernemersorganisaties deel aan het brancheprogramma. Gezamenlijk bereiken zij ruim 100.000 bedrijven.
- Het brancheprogramma telt 30 betalende partners die elk een bijdrage betalen van € 500 per jaar.
- De deelnemende organisaties nemen zichtbare stappen binnen de MVO-cyclus.
- De deelnemende organisaties doen intervisietrajecten en waarderen deze met een ruime 7.
- De ondersteuning door sectormanagers wordt gewaardeerd met een ruime 7.

## 2.4 Projecten

### a. Communicatie OESO-richtlijnen en NCP

De OESO-richtlijnen vormen het normatieve MVO-kader van de overheid naar bedrijven. Het bijbehorende Nationaal Contact Punt (NCP) ondersteunt bedrijven bij de invoering en naleving daarvan. MVO Nederland heeft de taak om bedrijven en stakeholders hiermee bekend te maken. Het effect van deze communicatietask is in 2010 geëvalueerd. Daaruit bleek onder andere dat:

- Mede omdat de voorlichtingstaak bij MVO Nederland geplaatst is, de OESO-richtlijnen in de afgelopen jaren in het MVO-netwerk formeel meer als uitgangspunt erkend en genoemd zijn.
- De vindbaarheid van informatie over OESO-richtlijnen en NCP is versterkt door de uitvoering van de opdracht door MVO Nederland.

- De voorlichting via MVO Nederland door het bedrijfsleven vooral wordt opgevat als de voorlichting over internationaal MVO.
- De toegevoegde waarde van de OESO-richtlijnen voor de praktische invoering van MVO-thema's niet heel groot is gebleken.

### Doelstellingen

Mede op basis van deze evaluatie worden in 2011 de volgende doelen nagestreefd:

- Meer praktische uitwerking van de OESO-thema's in maatwerkproducten.
- NCP positioneren als neutrale gesprekspartner voor bedrijven en stakeholders rondom MVO-issues.
- Het leveren van opiniërende bijdragen aan de maatschappelijke discussie rondom internationaal MVO.

### Activiteiten en resultaten

- Voortzetten, onderhouden en uitbouwen van de basisactiviteiten, zoals jaarlijkse rapportage; organisatie van stakeholderbijeenkomsten; schrijven van persberichten en beheer [www.oesorichtlijnen.nl](http://www.oesorichtlijnen.nl).
- Een aantal bedrijven wordt direct benaderd om de OESO-richtlijnen bij hen onder de aandacht te brengen.
- Benutten synergie met Agentschap NL/EVD; vakbonden en financiële organisaties.
- Ondersteuning van de Taakgroep Duurzaam Ondernemen en Handel van het Ministerie van EZ bij beleidsvoorbereiding op het vlak van OESO-richtlijnen en Internationaal MVO.
- Ontwikkelen, beheer en coördinatie van voorlichtingsactiviteiten en maatwerkproducten van het NCP, zoals een vernieuwde Navigator MVO-richtlijnen en een corporate MVO-paspoort.

- Verzorgen van presentaties, trainingen en een serie bedrijfsbijeenkomsten.
- Opzetten van een strategisch mediabeleid gericht op het plaatsen van opiniërende bijdragen over NCP-casussen, mediation en inhoudelijke verdiepingen van de OESO-thema's.

## **b. Programma Ontwikkelingslanden**

Doelstellingen (per ultimo 2012)

- Bewustwording verhogen van het Nederlandse bedrijfsleven, met name het internationaal actieve MKB, ten aanzien van MVO in ontwikkelingslanden.
- Bestaande instituties met een rol in internationale handel en investeringen bewust maken van het belang van internationaal MVO.
- Inzicht ontwikkelen bij tenminste vijf Nederlandse ondernemersorganisaties in het actief implementeren van internationaal MVO in ontwikkelingslanden.

Activiteiten en resultaten

### *Kennisontsluiting, producten en dienstverlening*

- Verdere ontsluiting van informatie over MVO, ontwikkelingslanden en ketenverantwoordelijkheid via de website, waaronder:
  - Best practices
  - Kennis- en themadossiers
- Vertegenwoordiging van informatie over MVO en ontwikkelingslanden op (o.a. EVD-) beurzen en evenementen.
- Ontwikkeling van specifieke producten en diensten ter bevordering van MVO in ontwikkelingslanden op basis van het behoeftenonderzoek gehouden in 2010:
  - o.a. ontsluiting van praktische hulpmiddelen voor ondernemers, waaronder een stappenplan 'Ondernemen in Ontwikkelingslanden', gebaseerd op de OESO-richtlijnen.
  - Ontwikkeling en organisatie van thema- en landspecifieke leersessies, bijvoorbeeld over corruptie.

- Inbedding van het thema Base of the Pyramid in het programma als opvolging van het pilotproject in opdracht van de Provincie Utrecht en in samenwerking met het BoP Innovation Center.

#### *Themacampagnes*

- Lancering van campagne over 'Klimaatkansen in Ontwikkelingslanden' in samenwerking met sectoren landbouw, energie en water tot medio 2011.
- Voorbereidingen (en mogelijke lancering) van de campagne 'Arbeidsomstandigheden'.

### **c. Programma Opkomende Markten / Internationaal brancheprogramma**

Het internationale brancheprogramma van MVO Nederland is er specifiek op gericht om internationaal actieve branches te ondersteunen bij het identificeren en aanpakken van duurzaamheidsthema's, zoals verwoord in de OESO-richtlijnen. Dit is met name waardevol voor die sectoren, die nog nauwelijks bekend zijn met duurzaamheid in relatie tot hun toeleveringsketen en die een groot deel van de Nederlandse import uit opkomende markten (zoals India en China) voor hun rekening nemen.

Het internationale brancheprogramma is ondersteunend aan het initiatief van de SER-commissie Internationaal MVO en geeft inzicht in de branches die wel of niet met MVO aan de slag willen gaan

Voor de periode 2010-2012 zullen in ieder geval activiteiten uitgevoerd worden met brancheorganisaties en bedrijven in de volgende 6 sectoren:

- Vervaardiging van organische chemische en farmaceutische producten, waaronder ook rubber en kunststof.
- Verwerking van ijzer en staal & non-ferro metalen, vervaardiging van ijzerwaren.
- Vervaardiging van elektrische apparaten, machines en voertuigen (inclusief ICT en consumentenelektronica).

- Vervaardiging van diverse gefabriceerde goederen, zoals huishoudelijke artikelen, kantoorartikelen, meubilair, etc.
- Vervaardiging van textiel, tapijt & kleding.
- Groothandel en detailhandel.

#### Activiteiten

- Tenminste 15 kennismakingsgesprekken per jaar met nieuwe brancheorganisaties in geselecteerde sectoren.
- Met tenminste 12 branches per jaar worden verdiepende gesprekken gehouden om handelingsperspectief en samenwerking te bespreken.
- Instrumenten regelmatig actualiseren en actief verspreiden onder brancheorganisaties waarmee contact is (Stappenplan, Ketenscan, Leerprogramma, Brochure, Factsheets).
- Ontwikkelen van nieuwe instrumenten als daar behoefte aan is.
- Presentaties over ketenverantwoordelijkheid op tenminste 5 congressen/ seminars.
- Tenminste 5 branchespecifieke of themaspecifieke workshops organiseren over ketenverantwoordelijkheid en gerelateerde onderwerpen.
- Tenminste 5 publicaties in verschillende branchebladen / ondernemerstijdschriften over internationaal MVO en ketenverantwoordelijkheid.
- Tenminste 5 nieuwe productdossiers ontsluiten via de website van MVO Nederland (ketenportal).
- Tenminste 10 nieuwe praktijkvoorbeelden van ketenverantwoordelijkheid bij MKB in geselecteerde sectoren plaatsen op website MVO NL.

## Resultaten

- 10 brancheverenigingen zijn zich bewust van (de kansen en risico's van) MVO in opkomende markten, hebben nader verkend wat hun rol kan zijn en hebben de eerste stappen genomen om hun leden hierbij te betrekken.
- Tenminste 100 nieuwe MKB-bedrijven zijn zich bewust van hun rol in ketenverantwoordelijkheid (en gerelateerde kansen en risico's), en zijn bereid hier stappen op te ondernemen (bijvoorbeeld ketenanalyse, gedragscode naar leveranciers, deelname leerprogramma, etc.).

### **d. MBO-stimuleringsprogramma**

#### Doelstellingen

- Bevorderen van MBO en met name medewerkervrijwilligerswerk binnen het bedrijfsleven en het MKB in het bijzonder.
- Professionaliseren van MBO-intermediairs en hun netwerk landelijk dekkend maken.
- Vergroten van de zichtbaarheid van MBO.
- Investeren in en effecten van MBO benchmarken, meten, publiceren en volgen in de tijd.
- Verbinden van MBO-actoren en vorming van strategische allianties.
- Maatschappelijke partijen stimuleren om bedrijven te benaderen.

#### Activiteiten en resultaten

- Organiseren visiebijeenkomst 'MBO 2020' voor koplopers (twee keer, 40 deelnemers)
- Workshop 'Starten met MBO' (vier keer, 60 deelnemers).

- De in 2010 gelanceerde website [www.nationaalmboplatform.nl](http://www.nationaalmboplatform.nl) genereert 10 unieke bezoekers per dag; 75 professionals en 100 maatschappelijke organisaties hebben een profiel aangemaakt. Van de 300 professionals beschouwt 60% deze site als dé MBO-portal.
- Realisatie van congres: Wereldz, nationale MBO-marktplaats voor bedrijven en overheden (400 bezoekers).
- Realisatie van MBO School, voor verkenner, starters en gevorderde MBO-intermediairs.
- Actieve lobby richting gemeenten en besturen van vrijwilligerscentrales (diverse acties).
- Bijdrage aan VWS-project '2011, Europees Jaar van het Vrijwilligerswerk', via inbreng in stuurgroep en eigen communicatie.
- De Nationale MBO Monitor loopt het gehele jaar (500 respondenten).
- Ontwikkeling, organisatie en uitreiking van de prijs voor de Beste MBO Coalitie in 2011.
- Gerichte aandacht op zes maatschappelijke thema's: leven, leren, bewegen, wonen, zorgen, werken. Dit doen we via promotie van bestaande allianties en start van vier nieuwe allianties tussen bedrijven, maatschappelijke organisaties, overheden en fondsen.

#### **e. Vervolgtraject MVO in de agribusiness**

##### Doelstelling

Het bevorderen van MVO in de agribusiness door:

- Het initiëren, uitvoeren en begeleiden van (communicatie)projecten om MVO in de sector te bevorderen.

- Het verder versterken van de kennisfunctie van MVO Nederland voor de agribusiness.
- Brancheorganisaties, productschappen (en evt. andere intermediaire partijen) en (MKB-) ondernemers betrekken bij lopende programma's en projecten van MVO Nederland.

#### Activiteiten en resultaten

- Organiseren van vervolgcongres 'MVO in de agribusiness'
- Update publicatie 'MVO in de Agribusiness'.
- Uitbreiding online multimediaal platform met praktijkvoorbeelden van ondernemers.
- Ondersteuning Platform Verduurzaming Voedsel (indien daaraan behoefte bestaat).
- Speciale aandacht voor kansen en mogelijkheden van de biobased economy
- Verdere betrokkenheid bij handelsmissies voor het agrarisch bedrijfsleven waarin MVO een centraal thema is.
- Organisatie MVO-cirkels met ondernemers en brancheorganisaties, focus op o.a. groen- en dierlijke sector.

#### **f. Project Arbeidsparticipatie – Toonaangevende Bedrijven**

In 2010 heeft MVO Nederland van het Ministerie van SZW subsidie ontvangen om het pilotproject arbeidsparticipatie bij toonaangevende bedrijven een plaats te geven binnen de organisatie. Het inbedden, borgen en uitbreiden van dit project biedt MVO Nederland de kans om een vliegende start te maken met het thema arbeidsparticipatie en past goed binnen het streven om meer People gerelateerde onderwerpen te agenderen.

#### *Achtergrond van het project Toonaangevende Bedrijven*

In 2009 heeft de Commissie de Vries aanbevelingen gedaan voor hervormingen in de Wet Sociale Werkvoorziening (WSW). Gedurende het onderzoek rondom de WSW is gesproken met enkele bedrijven die het voortouw wilden nemen om mensen met een arbeidshandicap (handicap, chronische ziekte of psychische/ psychiatrische aandoening) werk te bieden binnen hun organisatie.

In het kader van deze intentieverklaringen is gestart met de pilot Toonaangevende Bedrijven. Inmiddels hebben zich 16 bedrijven aangesloten en de verwachting is dat dit aantal eind 2010 uitgebreid zal zijn naar 24.

### Doelstelling

MVO Nederland wil bedrijven stimuleren, versterken en verbinden in het mensgericht ondernemen. Onderdeel van mensgericht ondernemen is het bieden van kansen voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.

### Activiteiten

- Kennis, good practices en netwerk voortkomende uit de pilot Toonaangevende Bedrijven zullen geborgd worden binnen MVO Nederland.
- Reeds lopende activiteiten en bijeenkomsten van MVO Nederland worden waar mogelijk verrijkt met het thema arbeidsparticipatie van mensen met een arbeidshandicap.
- Er wordt een koplopersgroep samengesteld van zo'n 40 bedrijven die dienen als voorbeeld en aanjager voor het thema arbeidsparticipatie in Nederland.
- Er worden op regelmatige basis bijeenkomsten georganiseerd voor alle deelnemende bedrijven, om te netwerken, kennis te delen en ervaringen uit te wisselen.
- Binnen de verschillende branches zullen Toonaangevende Bedrijven gevraagd worden om voor de op hen van toepassing zijnde branche/ sector een zogenaamde 'familiegroep' te formeren, waarbinnen zij met andere bedrijven uit dezelfde sector/ branche tot samenwerking kunnen komen om zodoende meer mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt aan de slag te helpen.

- Om het aantal deelnemende bedrijven uit te breiden met 20 MKB'ers zal MVO Nederland bijeenkomsten faciliteren tussen koploperbedrijven/ toonaangevende bedrijven en ketenpartners/ regionale samenwerkingspartners binnen het MKB.
- MVO Nederland zal door diverse communicatie-uitingen ruchtbaarheid geven aan het thema binnen haar eigen partnernetwerk, om zodoende meer bedrijven te inspireren, te verbinden en te activeren als het gaat om het aan de slag gaan met mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.

## Resultaten

- Opgebouwde kennis, ervaring, methodieken, good practices en netwerken zijn geborgd binnen lopende activiteiten, communicatiemiddelen en het partnernetwerk van MVO Nederland.
- Het partnernetwerk is via verschillende kanalen benaderd, geïnformeerd en gestimuleerd om werk te maken van arbeidsparticipatie van mensen met een arbeidshandicap.
- Het aantal pilotprojecten bij Toonaangevende Bedrijven is uitgebreid met acht bedrijven (bij voorkeur MKB-bedrijven met tussen 50 – 500 werknemers) per 1 maart 2011.
- Vanuit het netwerk van MVO Nederland zijn per 31-12-2011 20 bedrijven geactiveerd om mensen met een arbeidshandicap kansen te bieden. Een afgeleide doelstelling vanuit deze geactiveerde bedrijven is het bieden van 40 arbeidsplaatsen voor mensen met een arbeidshandicap.
- Ten aanzien van de Toonaangevende Bedrijven geldt dat het beoogde resultaat is om meer kennis en ervaring op te doen in het werken met mensen met een beperking. De behoefte bestaat om inzichtelijk te maken wat succes- en faalfactoren zijn in het gehele proces van voorbereiding & werving tot indiensttreding, behoud van werk en/ of het begeleiden naar vervolgstappen op de arbeidsmarkt.

### **g. Informatiepunt bedrijven voor duurzaam inkopen**

Eind 2010 / begin 2011 zullen de sociale voorwaarden voor duurzaam inkopen door de overheid worden gelanceerd. MVO Nederland zal, gefinancierd door het ministerie van Infrastructuur en Milieu, bedrijven gaan informeren over de voorwaarden die de overheid bij duurzaam inkopen hanteert en een informatiepunt opzetten waar bedrijven met hun vragen terecht kunnen. MVO Nederland helpt bedrijven tevens op weg om hun eigen duurzaam inkoopbeleid op te zetten.

Activiteiten en resultaten:

- Informatie via de website over duurzaam inkopen door de overheid met antwoorden op de meest gestelde vragen
- Een email helpdesk die naar verwachting ongeveer 500 mails per jaar afhandelt.
- Ontsluiting van van toepassing zijnde documenten en achtergrondinformatie, zoals format over mvo-rapportage, aanwijzingen voor risicoanalyse, lijst met goedgekeurde keurmerken, lijst met producten met aanvullende eisen, mvotoolkits internationaal, kettingbeding, etc
- Actieve voorlichting middels bijeenkomsten: iedere maand één sessie in een ander deel van het land (minimaal 10 deelnemers, maximaal 100 deelnemers) met ruimte voor individuele voorlichting
- Berichten in MVO- en ondernemersmedia (web/nieuwsbrief) om aandacht te vragen en thema's te behandelen
- Bijdragen leveren op door anderen georganiseerde sessies over duurzaam inkopen

### 3. Partners en Producten

In 2009 is MVO Nederland begonnen met een betaald partnerschap. Sindsdien hebben zich 1250 bedrijven aangesloten als betalend partner.

In 2010 heeft MVO Nederland onderzoek gedaan naar de tevredenheid, wensen en behoeften van de partners.

De belangrijkste conclusies zijn:

- Partners zien MVO Nederland als een organisatie voor zowel het MKB als het grootbedrijf en ook voor zowel koplopers als beginners en gevorderden.
- Driekwart van onze partners waardeert het partnerschap met een 7 of hoger.
- Partners vinden MVO Nederland met name actueel, onafhankelijk, praktisch, innovatief en klantgericht.
- Belangrijkste argumenten om te kiezen voor het partnerschap zijn: kennis vergaren, netwerk gebruiken en eigen profilering.
- Partners hebben vooral behoefte aan de website met uitgebreide kennis, de partner profielpagina, het partneroverzicht en onze tweewekelijkse nieuwsbrief.
- Ruim een derde van onze partners is geïnteresseerd om tegen marktconforme tarieven MVO-scans, MVO-advies, trainingen en leerbijeenkomsten af te nemen.
- Er is veel interesse in ISO 26.000.
- Vooral partners die al wat langer met MVO bezig zijn rapporteren een positief effect van hun MVO-inspanningen op de bedrijfsresultaten.

De bijdrage voor het partnerschap van MVO Nederland varieert van € 100 voor bedrijven tot 10 fte, via staffels van € 250 en € 500 naar €1500 voor het grootbedrijf (> 500 fte). In 2011 zal worden bekeken of deze tarieven verhoogd kunnen worden nadat het aanbod van producten en diensten voor partners is uitgebreid.

Doelstellingen

- Het streven is om ultimo 2011 tenminste 2000 betalende partners te hebben die gezamenlijk goed zijn voor € 0,8 mln aan inkomsten.

- De activiteiten van de afdeling Partners en Producten dienen uiterlijk 2012 tenminste kostendekkend te worden gefinancierd uit bijdragen van partners, of andere financiers. Het nieuwe meerjaren businessplan 2012-2015 geeft aan hoe dat gaat gebeuren.
- Uit de inkomsten zal ook een continuïteitsreserve worden opgebouwd voor de periode na 2012.

#### Activiteiten en resultaten

- Realiseren van partnerwerving via interne wervingsacties, profilering op belangrijke (ondernemers)events, publiciteit in de pers en door member-get-member acties door partners zelf. De partnerwerving wordt vooral gericht op ondernemers met MVO-ambitie. Daarbij gaat het zowel om MKB-ondernemers als grote bedrijven.
- Ontwikkelen van (betaalde) producten en diensten op basis van de geïnterpreteerde behoefte.
- Organiseren van bijeenkomsten die al dan niet een selectief (partners only) karakter zullen hebben. Het betreft o.a. een nieuwjaarsbijeenkomst, periodieke kennismakingsbijeenkomsten voor nieuwe partners, vier keer per jaar een koplopersbijeenkomst, voorlichting over ISO 26000 en tal van matchingsactiviteiten.
- Speciale bijeenkomsten, activiteiten en producten over het thema sociale innovatie/de P van People
- Actief gebruik van het partnermanifest dat alle partners moeten onderschrijven. Het gaat daarbij bijvoorbeeld om voornemens op gebieden als de ecologische voetafdruk, een verantwoord personeelsbeleid, ketenverantwoordelijkheid, duurzaam inkopen en transparantie over doelen en resultaten op het gebied van MVO.

#### **Grote Bedrijven Netwerk**

In het Grote Bedrijven Netwerk (GBN) van MVO Nederland, voorheen Samenleving & Bedrijf, vinden de grote bedrijven in Nederland elkaar op het gebied van MVO. Deze speciale community binnen het partnernetwerk, is inmiddels uitgegroeid tot een belangrijk platform voor grotere ondernemingen. Functionarissen van grote bedrijven delen hier praktijkervaringen en doen kennis op over actuele thema's en ontwikkelingen op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Bedrijven vanaf 500 medewerkers kunnen deelnemen aan het Grote Bedrijven Netwerk. Tot de bedrijven die momenteel lid zijn behoren onder meer Accenture, Albron, ASR, Bavaria, Coca Cola, Dura Vermeer, Ernst&Young, IBM, ING, KPMG, Van Nieuwpoort Groep, Oracle, Strukton en Vebego.

In 2010 groeide het aantal aangesloten grote bedrijven van 24 naar 33. Doel is om in 2011 deze community uit te breiden naar ten minste 40 bedrijven.

De deelnemers aan het Grote Bedrijven Netwerk streven naar een blijvende en integrale inbedding van MVO in de eigen bedrijfsprocessen.

#### Resultaten en activiteiten

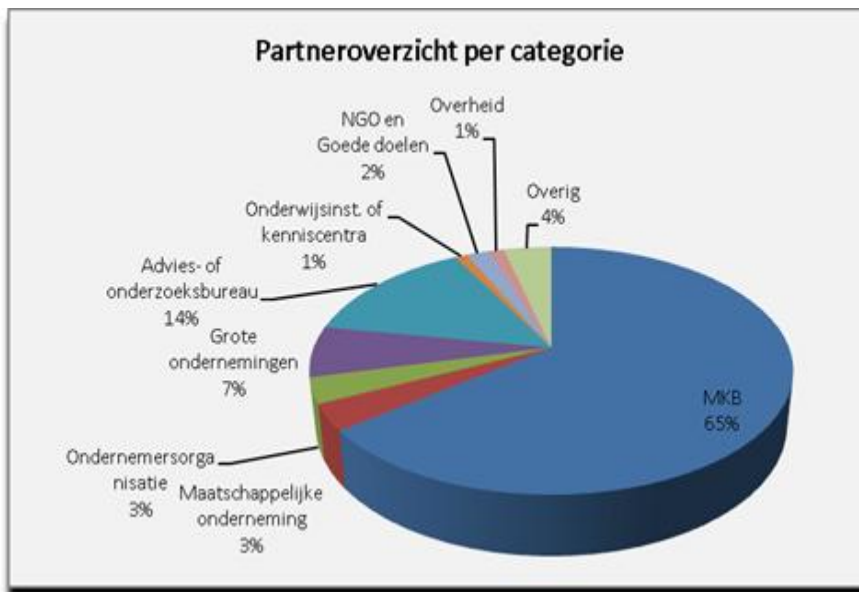
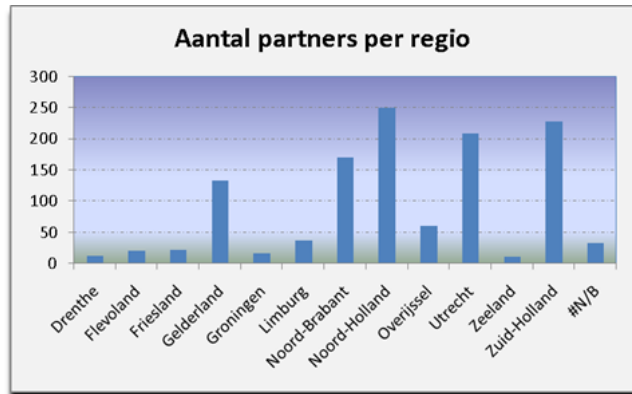
- Organiseren van drie CSR Managers Meetings. Deze meetings worden gehost door een van de deelnemers.
- Het organiseren van de vierde editie van het Future Leaders Event.
- Actief relatiebeheer waardoor deelnemers aan het netwerk worden ondersteund bij actuele vraagstukken waarover men met peers of experts wil klankborden.
- Voor 2011 wordt ook ingezet op de organisatie van een Ridderzaal bijeenkomst, waar de top van de aangesloten bedrijven met elkaar en de overheid in gesprek gaat over de toekomst van maatschappelijk verantwoord ondernemen en hun ambities hierin.

## Overzicht aantal partners MVO Nederland (Q4 2010)

Peildatum: 21 oktober 2010

Aantal bedrijven naar bedrijfsgrootte

Aantal bedrijven		
Aantal werknemers	Totaal	Totaal
1 FTE	261	22%
2-10 FTE	498	41%
11-100 FTE	252	21%
101-500 FTE	96	8%
500+ FTE	39	3%
Branche-org.	24	2%
GBN	33	3%
aspirant GBN	1	0%
<b>Eindtotaal</b>	<b>1204</b>	<b>100%</b>



## 4. Corporate Communicatie

Het accent voor de afdeling corporate communicatie ligt op het realiseren van een grotere naamsbekendheid en een sterkere binding met en waardering voor de organisatie.

### Doelstellingen

- *Positionering*  
MVO Nederland wil bij haar stakeholders bekend staan als het inspirerende en onafhankelijke kennisnetwerk voor bedrijven en organisaties met MVO-ambitie. Een organisatie waar bedrijven en organisaties praktische en actuele MVO-kennis kunnen halen en delen. Waar bedrijven kunnen netwerken en duurzaam zaken kunnen doen. Waar bedrijven zich met hun MVO-ambitie kunnen profileren en waar zowel publiek als privaat gefinancierde projecten worden uitgevoerd.  
*Merk MVO Nederland*  
Het merk MVO Nederland wordt herkend als:  
Inspirerend, toegankelijk, praktisch, actueel en onafhankelijk  
*Binding MVO Nederland*  
Partners en intermediairs voelen zich verbonden met het netwerk van MVO Nederland en hebben het gevoel erbij te moeten zijn.
- *Media*
  1. In 2011 zien de media MVO Nederland als autoriteit op MVO-gebied en nemen actief contact met ons op.
  2. In de ondernemersmedia wordt zeer regelmatig over MVO geschreven, zowel in bladen als in digitale media.

## Activiteiten en resultaten

- Actief persbeleid, met accent op ondernemersmedia ondersteund door een selectie van massamedia.
- Versterken autoriteit van MVO Nederland door columns en deelname aan actuele MVO-discussies.
- Coalities/convenanten sluiten met andere MVO-netwerken die kunnen en willen bijdragen aan een versnelde nationale bewustwording op het gebied van duurzaamheid en sociale innovatie.
- Permanente actualisering van de website met thema- en branchedossiers.

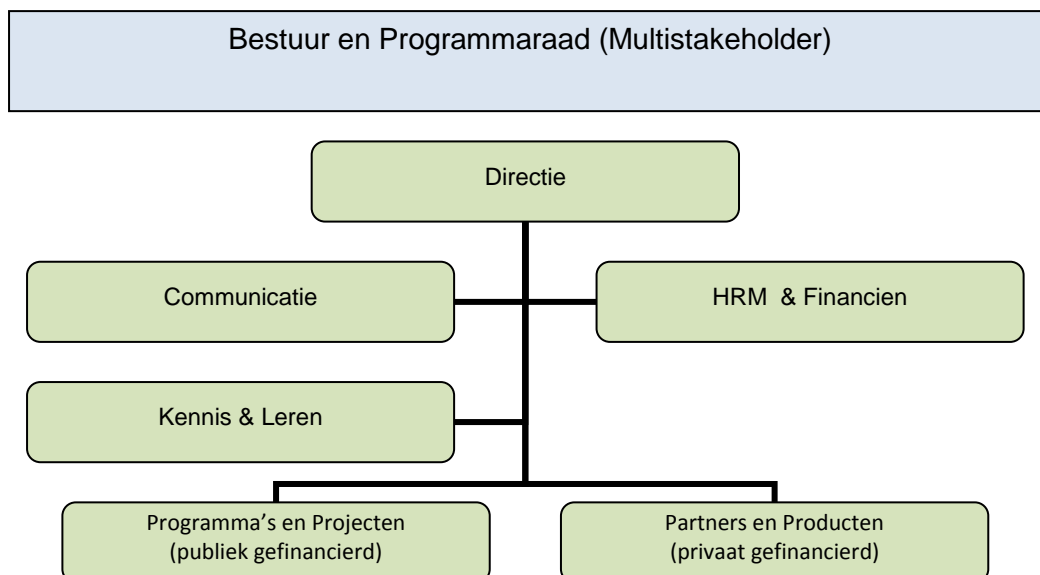
## 5. Personeel en organisatie

MVO Nederland wil voor haar medewerkers een aantrekkelijke en professionele werkgever zijn. Daarom wordt er veel aandacht besteed aan HRM-zaken. Zo is er een actief scholings-, beoordelings- en beloningsbeleid. In het personeelsbeleid wordt gestuurd op een viertal gedragscompetenties die voor elke medewerker van toepassing zijn. Het betreft de competenties: klantgericht, resultaatgericht, samenwerken en communicatie. Projectmatig werken wordt steeds meer ingevoerd. De projectleiders en accountmanagers worden verder geschoold in de ontwikkeling van eigenschappen als realisatiekracht en acquisitiekracht.

Regelmatig wordt de medewerkertevredenheid gemeten. Daartoe wordt sinds 2009 gewerkt met het zgn. Investors in People programma. Een eerste meting die in het voorjaar van 2009 werd gehouden leerde dat MVO Nederland t.o.v. de benchmark goed scoorde. Tegelijkertijd werden een aantal verbeterpunten benoemd die uitgangspunt zijn voor het HR beleid ook in 2011.

MVO Nederland telt op dit moment 33 fte's, waarvan 16 werkzaam voor de basisfinanciering, 11 fte voor projecten en 6 voor partners. Verwacht wordt dat dit aantal in 2011 iets zal groeien, als gevolg van de uitbreiding van activiteiten bij de onderdelen projecten en partners.

Naast de hoofdafdelingen Programma's & Projecten en Partners & Producten zijn er afdelingen voor Communicatie, Kennis & Leren, Financiën en HR/Office.



### **Huisvesting en bedrijfsvoering**

In 2011 wordt een nieuwe huisvesting betrokken aan de Nieuwe Kade in Utrecht, vlakbij het huidige kantoor, dat door de groei van MVO Nederland en IDH te klein was geworden. Tegelijk met de nieuwe huisvesting worden de principes van het nieuwe werken verder door gevoerd. Door meer mogelijkheden om tijd- en plaatsonafhankelijk te werken en door een meer op output gerichte manier van werken kunnen de efficiency, de effectiviteit en de medewerkerstevredenheid verder worden verbeterd.

Bij het gebruik van materialen, vervoermiddelen en kantoorbenodigdheden wordt zo veel mogelijk voor de meest duurzame variant gekozen. Er wordt zo veel mogelijk met het openbaar vervoer of de fiets gereisd.

### **IDH**

De projectorganisatie IDH (Initiatief Duurzame Handel) is binnen de rechtspersoon MVO Nederland ontstaan. IDH is zelf verantwoordelijk voor zijn eigen activiteiten en financiering en wordt aangestuurd door de IDH-raad. Er vindt hierover separate verantwoording plaats aan het ministerie van Buitenlandse Zaken / Ontwikkelingssamenwerking. Gezien de flinke groei van IDH in het afgelopen jaar wordt op dit moment een andere juridische vormgeving uitgewerkt. Met behoud van de synergievoordelen en het delen van huisvesting en backoffice faciliteiten, zal IDH in 2011 juridisch worden verzelfstandigd.

### **Bestuur en programmaraad**

Het bestuur beslist over de belangrijkste beleidsvraagstukken en is verantwoordelijk voor de begroting en het jaarplan. Het bestuur telt 7 leden.

De programmaraad adviseert het bestuur over o.a. het jaarplan en belangrijke projecten/activiteiten. De programmaraad is samengesteld uit de belangrijkste stakeholders waarmee en waarvoor MVO Nederland werkzaam is (georganiseerde bedrijfsleven; MVO-koplopers; NGO's; wetenschap en overheid). De programmaraad bestaat op dit moment uit 20 leden.

## 6. Financiën

De begroting voor 2011 bestaat uit drie onderdelen.

- **Het basisprogramma** waarvoor in 2011 een rijkssubsidie beschikbaar is van € 1,6 mln.
- **Projecten** waarvoor projectsubsidies beschikbaar zijn tot een totaalbedrag van circa € 1,4 mln.
- **Partners en producten** die uit private inkomsten worden gefinancierd. Deze inkomsten worden in totaal begroot op circa € 0,8 mln. In deze begroting is nog niet het effect opgenomen van de plannen die worden uitgewerkt in het kader van het nieuwe lange termijn businessplan.

Formatie en budget MVO Nederland 2011

	Fte	Budget	
Basis	18	€ 1,9 mln	Inclusief 0,3 mln saldo uit 2009
Projecten	12	€ 1,4 mln	Vooraf projectsubsidies van ministeries (6)
Producten en diensten	7 fte	€ 0,8 mln	Bij ruim 2000 betalende partners
<b>Totaal</b>	<b>37</b>	<b>€ 4,1 mln</b>	<b>Excl. saldo 2010</b>