

Een hoeksteen van haar beleid: zo noemt Lilianne Ploumen, minister voor Buitenlandse handel en Ontwikkelingssamenwerking, afspraken met het bedrijfsleven over hoe om te gaan met mens en milieu in het buitenland. Maria van der Heijden, de kersverse nieuwe topvrouw van MVO Nederland, steunt haar daarin van harte: "De inzet van de overheid op duurzaamheid mag van mij ambitieuzer. Maar deze convenanten zijn een stap in de goede richting."

Hulp én handel werkt!

Ze ontmoeten elkaar tijdens de feestelijke presentatie van het convenant Duurzame Kleding en Textiel, begin juli in Den Haag. De begroeting is hartelijk, de twee kennen elkaar al langer. "Zonder subsidie heeft Maria van der Heijden met Women on Wings bijna 200 duizend banen voor vrouwen op het Indiase platteland gerealiseerd", zegt Lilianne Ploumen (1962). "Daarmee is het een van de succesvolste sociale ondernemingen van ons land en een groot voorbeeld voor andere ondernemers." Ze is ook lovend over de recente overdracht van de leiding van de organisatie aan de Indiase collega's, omdat die nu eenmaal veel nauwer betrokken zijn bij de dagelijkse gang van zaken. "Niet iedereen heeft het lef om die stap te zetten. Women on Wings wel." Maria van der Heijden (1960) is op haar beurt positief over Ploumen. Twee keer maakte ze de minister mee tijdens een handelsmissie naar India. Wat haar opviel was hoe Ploumen de twee – volgens sceptici conflicterende – onderdelen handel en ontwikkelingsamenwerking van haar portefeuille in de praktijk weet te verenigen. "Ze is echt een hele goede verbindster." Ploumen nodigde Women on Wings uit om samen met andere ngo's en sociale ondernemingen deel te nemen aan de handelsmissies. "Daardoor gingen er voor ons in India deuren open die anders potdicht zijn." Tegelijk staat de minister volgens Van der Heijden vierkant voor de belangen van het bedrijfsleven. "Ze is ook informeel, zeer benaderbaar. Daarmee verdient je echt credits bij onder-

nemers. Maar ze houdt ook een speech op een meisjesschool, waar ze de tweeduizend leerlingen voorhoudt dat ze zelf de dochter van een melkboer is. En het eerste meisje in de familie dat ging studeren. Dat vond ik fantastisch, hoe ze die meiden voorhield dat ze zelf met hun studie inhoud aan hun toekomst kunnen geven en in één generatie het verschil kunnen maken."

Nederland is in staat om ontwikkelingsamenwerking en handel op een geloofwaardige manier met elkaar te verbinden, vindt Van der Heijden. In India ligt dat (nog) anders. "Het is daar niet gebruikelijk dat verschillende partijen bij elkaar aan tafel zitten. India heeft wetgeving die bedrijven verplicht 2 procent van de winst te besteden aan *charity*. Op zich mooi, maar het blijft bij liefdadigheid. Je kunt de wanordelijkste toestanden in je bedrijf hebben, en dat compenseren met die 2 procent. Tijdens zo'n handelsmissie merk je dat Nederlandse ondernemers eigenlijk allemaal wel vinden dat maatschappelijk ondernemen integraal onderdeel van je bedrijfsvoering moet zijn. Los van het feit of iedereen dat in de praktijk ook toepast. Maar in India staat die opvatting over MVO nog in de kinderschoenen."

Voor minister Ploumen is het convenant dat het kabinet deze zomer sloot met een groot deel van de textielsector en tien maatschappelijke organisaties een illustratie van wat de gecombineerde hulp en handel-agenda van

het kabinet kan bereiken: "We kennen allemaal de beelden van de ingestorte kledingfabriek in Bangladesh van een paar jaar geleden. Nederland zegt met dit akkoord: dit mag nooit meer gebeuren. Het is wereldwijd het eerste convenant in zijn soort, bedoeld om de kleding- en textielsector eerlijker en duurzamer te maken. Het wordt breed gedragen: meer dan zeventig bedrijven, organisaties en vakbonden zijn betrokken en gaan nauw met elkaar samenwerken. Zo kunnen ook problemen in de textielketen worden aangepakt die individuele bedrijven in hun eentje niet of nauwelijks kunnen oplossen."

Daarbij gaat het om zaken als hogere minimumlonen, vakbondsvrijheid en betere arbeidsinspectie in textiel producerende landen. Ploumen: "Nederlandse consumenten weten straks beter waar hun kleding vandaan komt en kunnen in heel veel winkels terecht voor schone kleren. Werknemers in ontwikkelingslanden komen te werken in veiligere fabrieken, voor een beter loon, met meer rechten." Kleinere bedrijven die zich bij het textielconvenant aansluiten, krijgen steun in de vorm van workshops en een handleiding om mogelijke problemen in hun keten op te sporen. Via hun brancheorganisaties kan ook het midden- en kleinbedrijf goed afspraken maken over maatschappelijk ondernemen, zegt Ploumen, "terwijl op een winstgevende manier wordt bijgedragen aan het oplossen van grote maatschappelijke uitdagingen". ➤

Lilianne Ploumen (vooraan):
"Ik loop altijd aan de zonnige kant van de straat"

Maria van der Heijden:
"Het mag niet meer gebeuren dat er eerst zo'n drama als in Bangladesh plaatsvindt, voordat men zegt: tot hier en niet verder."



► **Van der Heijden deelt** grotendeels Ploumens enthousiasme: “Ik vind het fantastisch dat er afspraken in de sector zijn gemaakt. Nu in de textiel, straks hopelijk in veel meer sectoren. Naast de concrete doelen is de samenwerking, het van elkaar leren, minstens zo belangrijk. In de textiel werkt men met heel kleine marges. Dat heb ik India gezien. Iedereen weet dat meer veiligheid op de werkplek en betere sociale omstandigheden hard nodig zijn. Maar voor een ondernemer blijven het investeringen. Dus helpt het enorm als je dit als sector gezamenlijk doet en van elkaar leert. Dat is het belang van de afspraken. Samen met maatschappelijke organisaties en de overheid. Die bereidheid om er met z’n allen de schouders onder te zetten, vind ik heel bemoedigend.” Vanuit haar ervaringen met Women on Wings pleit Van der Heijden voor meer lokale aanwezigheid van bedrijven. “In de textielsector zie je de laatste tijd veel nieuwe bedrijven ontstaan vanuit duurzaamheid en innovatie. Maar de reguliere textielbedrijven sturen sterk vanuit hun inkoopbeleid in Nederland. Ze bedenken hier wat, en laten het ergens anders maken. Dan dreigt het gevaar dat je niet voldoende naar de lokale context kijkt. Hoe ziet het eruit, wat zijn de inkoopcondities? Retailbedrijven moeten zich veel meer verdiepen in wat daar gebeurt. Daar moet je dan wel je organisatie op inrichten. Dat gebeurt veel te weinig. Ik hoop dat door het convenant men daar nu ook anders mee zal omgaan. Micro-managen, kijken wat er ter plekke gebeurt en daar verantwoordelijkheid voor nemen. Het mag niet meer gebeuren dat er eerst zo’n drama als in Bangladesh plaatsvindt, voordat men zegt: tot hier en niet verder. Dat had natuurlijk al veel eerder gemoeten.”

Toch zijn duurzaamheid en maatschappelijk ondernemen voor de meeste Nederlandse ondernemingen nog altijd geen prioriteit. Volgens Berenschot (Strategy Trends 2016) komt dit thema pas op de zevende plaats van de strategische issues die in de boardrooms van bedrijven worden besproken.

Ploumen: “Duurzaamheid moet helemaal geen issue zijn voor de boardrooms alleen, het moet tot in de haarvaten van elk bedrijf zijn doorgedrongen. De roep om duurzaamheid en internationaal maatschappelijk verantwoord

“De mindset bij consumenten gaat steeds meer richting duurzaamheid. Daar móeten bedrijven wel op reageren”

ondernemen wordt steeds sterker; wie achter blijft gaat klanten verliezen. Misschien niet nu meteen, maar zeker over een aantal jaren. Je kunt dan maar beter bij de pioniers horen, zoals de bedrijven die nu dit convenant hebben ondertekend.”

Van der Heijden: “De mindset bij consumenten gaat steeds meer richting duurzaamheid. Daar móeten bedrijven wel op reageren. En de urgentie neemt toe: we hebben één wereldbol met beperkte bronnen. Onze generatie moet het verschil maken voor een gezonde toekomst van onze kinderen. Als MVO Nederland kunnen we bedrijven verder versterken in deze maatschappelijke ontwikkeling.”

Ploumen: “De hulp en handel-agenda van dit kabinet is voor alle bedrijven: koplopers, peloton en achterblijvers. Vanzelfsprekend heeft iedere groep een andere benadering nodig.

“Duurzaamheid moet helemaal geen issue zijn voor de boardrooms alleen, het moet tot in de haarvaten van elk bedrijf zijn doorgedrongen”

Koplopers worden gestimuleerd het nog beter te doen en te laten zien welke innovaties en mogelijkheden er zijn. Hun ervaringen kunnen andere bedrijven inspireren. Het peloton, die grote groep bedrijven die niet weten hoe ze maatschappelijk ondernemen over de grens moeten aanpakken, ondersteunen we om gezamenlijk een tandje bij te zetten. Bijvoorbeeld met een convenant, waarin concrete afspraken zijn gemaakt om gezamenlijk vooruit te gaan. Voor de achterblijvers geldt dat ook zij zich in ieder geval moeten houden aan nationale en internationale afspraken. Ook zij moeten bij hun toeleveranciers nagaan of er risico’s zijn op misstanden in hun productieketens. Dat verwachten we van alle bedrijven en als ze met de overheid willen samenwerken, moeten ze aantonen hoe ze dat doen. En we blijven hen stimuleren om meer stappen te nemen, verder dan het hoognodige.

Met de aandacht die er nu is voor internationaal maatschappelijk verantwoord ondernemen zijn we een langdurig proces in gegaan, waar we nu al flinke stappen maken – zie de convenanten. Dit is voor iedereen nieuw, en ook een beetje wennen, maar ik ben ervan overtuigd dat duurzaamheid een integraal onderdeel gaat worden van elke bedrijfsstrategie.”

Van der Heijden: “MVO Nederland heeft de afgelopen jaren, met steun van de minister, zes sectornetwerken helpen opzetten. Ondernemers in de sectoren textiel, leer, tuinbouw en stedelijke ontwikkeling steunden we twee jaar lang bij het verduurzamen van hun keten. De programma’s voor de sectoren maritiem en chemie lopen nog tot eind van het jaar. We hebben een Risicochecker ontwikkeld voor bedrijven, om na te gaan waar je tegenaan kunt lopen. Het gaat bijvoorbeeld om transparantie: wie produceert wat en waar, onder welke omstandigheden? En circulair: hoe kun je zoveel mogelijk grondstoffen hergebruiken? Voor iedere sector zijn de knelpunten geïnventariseerd, en is bekeken met welke coalities je de gestelde veranderingen het best kunt realiseren.

In juni was ik nog in India en sprak ik op de ambassade over het MVO-beleid. Er is een afspraak met de overheid daar om er meer aandacht aan te besteden. Maar papier is geduldig. De ambassade zoekt naar manieren om het concreet te maken. Men informeert ondernemers over de verschillende aspecten van inkoop en verkoop, hoe het zit met lokale duurzaamheid. Natuurlijk heb je ook in India de paradepaardjes van Nederlandse koplopers. DSM is heel goed bezig, Unilever ook. Maar hoe zorg je dat andere grote bedrijven en het midden- en kleinbedrijf hier in meegaan? Een van de mogelijkheden is dat je kennis die bij de koplopers aanwezig is, verbindt aan andere bedrijven. Daar kunnen wij als MVO Nederland een goede rol in spelen.”

Houdt de overheid voldoende rekening met de specifieke positie van het midden- en kleinbedrijf in verre landen, de problemen die ze daar tegenkomen?

Ploumen: “Uit recent onderzoek van MVO Nederland blijkt dat een groot deel van het



MKB zeer bewust bezig is met maatschappelijk verantwoord ondernemen; veel meer dan een aantal jaren geleden. Dit is een heel mooie constatering en ik ben optimistisch dat deze trend zal doorzetten, mede als gevolg van de aanhoudende aandacht hiervoor in het overheidsbeleid, via MVO Nederland en natuurlijk de convenanten.”

Fondsen zoals Dutch Good Growth Fund (DGGF) en het Fonds Duurzaam Ondernemen en Voedselzekerheid (FDOV) lopen goed. Vanuit het MKB is daarvoor veel belangstelling. Deelnemers hebben maatschappelijk ondernemen hoog in het vaandel staan. Deelname aan de fondsen geeft hun net dat extra zetje voor innovatie in ontwikkelingslanden. Een mooi voorbeeld vind ik Agrico. Dit bedrijf zet een rendabele Keniaanse aardappelketen op, een alternatief voor het minder duurzame verbouwen maïs. Dit leidt in Kenia tot voedselzekerheid, inkomensverbetering voor

kleine boeren, een verstevigde positie van vrouwen. Het creëert banen en ontlast het milieu. Het mes snijdt bovendien aan twee kanten: deze nieuwe markt resulteert ook in directe export van Nederlandse machines en Nederlands pootgoed. Natuurlijk kijken we naar risico’s en verbetermogelijkheden voor MKB’ers. Zij opereren in soms heel moeilijke markten. Daar moet je goed met elkaar over praten. Bovendien vinden ondernemers het soms lastig om hun MVO-beleid handen en voeten te geven, vanwege de beperkte omvang van het bedrijf. Waar grote bedrijven het makkelijker alleen af kunnen, hebben MKB’ers lang niet altijd de middelen. En dat terwijl deze bedrijven een belangrijke bijdrage kunnen leveren aan het behalen van ontwikkelingsdoelen. Daarom steunen we het MKB met technische assistentie om risico’s te signaleren en een verbetertraject uit te voeren op het gebied van IMVO

◀ **Directeur Maria van der Heijden van MVO Nederland:** “Als je niet duidelijk kunt maken waar je toegevoegde waarde zit, heb je internationaal niks te zoeken.”

(internationaal maatschappelijk verantwoord ondernemen, red.). Zo is een Nederlandse ondernemer geadviseerd die in Tanzania een frambozenkwekerij gaat opzetten. Samen is onderzoek gedaan naar de impact van de frambozenkwekerij op het grondwaterpeil.”

MVO Nederland wil coalities sluiten tussen MKB-bedrijven om gezamenlijk nieuwe markten te ontwikkelen. Dat zou meer kans bieden op maatschappelijk ondernemen dan in het geval van individuele ondernemingen.

Ploumen: “Dat lijkt mij een heel slimme aanpak. Juist omdat het voor het midden- en kleinbedrijf lastig is in hun eentje de Oeso-richtlijnen volledig toe te passen. Zij hebben vaak niet de capaciteit om iemand voor MVO-beleid vrij te maken. Samen met andere bedrijven en met ondersteuning van maatschappelijke organisaties kunnen ze wel degelijk veel bereiken. Bij het textielconvenant zie je ook hoe bedrijven en organisaties hun expertise delen. Daardoor worden collectief betere resultaten geboekt dan individueel haalbaar zou zijn.

MVO Nederland heeft een schat aan kennis en ervaring op het gebied van maatschappelijk ondernemen. Heel nuttig voor MKB’ers. Het lopende IMVO-programma wordt momenteel geëvalueerd. Ik ben heel benieuwd naar de resultaten en ga ervan uit dat ze ook in de toekomst bedrijven gaan ondersteunen bij het eerlijker maken en verduurzamen van hun productketens.”

Van der Heijden: “Dat gaan we zeker doen. Je moet gezamenlijk naar een speelveld kijken, en daar partijen samenbrengen die van elkaar kunnen leren. MVO Nederland wil en kan heel goed de rol van verbinder op zich nemen. Zorgen dat de goede dingen gebeuren. De relevante kennis op tafel krijgen en zo’n proces faciliteren. En vooral sturen op resultaat en impact. Dat hebben we bij Women on Wings ook altijd centraal gesteld. Welke impact ga je precies realiseren? Dat moet deze organisatie ook doen. Dus nog concreter maken wat wij precies veranderen. Ook internationaal. Als je niet duidelijk kunt maken waar je toegevoegde waarde zit, heb je er ook niks te zoeken.”

www.mvonederland.nl