

Maatschappelijk verantwoord ondernemen in het grote MKB

Verslag van een internetenquête

Ruud Hoevenagel (EIM bv)
Coen Bertens (EIM bv)
Theo Aalbers (MNP)
Kees Vringer (MNP)
Trudy Rood (MNP)

Zoetermeer, 6 juni 2007

Dit onderzoek is gefinancierd door het Milieu en Natuur Planbureau (MNP). Met dank ook aan Theo Aalbers, Kees Vringer en Trudy Rood van MNP voor hun inhoudelijke bijdragen.

De verantwoordelijkheid voor de inhoud berust bij EIM bv. Het gebruik van cijfers en/of teksten als toelichting of ondersteuning in artikelen, scripties en boeken is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Vermenigvuldigen en/of openbaarmaking in welke vorm ook, alsmede opslag in een retrieval system, is uitsluitend toegestaan na schriftelijke toestemming van EIM bv. EIM bv aanvaardt geen aansprakelijkheid voor drukfouten en/of andere onvolkomenheden.

The responsibility for the contents of this report lies with EIM bv. Quoting numbers or text in papers, essays and books is permitted only when the source is clearly mentioned. No part of this publication may be copied and/or published in any form or by any means, or stored in a retrieval system, without the prior written permission of EIM bv. EIM bv does not accept responsibility for printing errors and/or other imperfections.

Inhoudsopgave

1	Management summary	5
2	Achtergrond	7
2.1	Inleiding	7
2.2	Via internet (panelconstructie)	7
2.3	Metten van gedrag	8
2.4	(Test)enquête	9
2.5	Respons	10
2.6	Per vraag verschillend	10
2.7	Dit rapport	11
3	Representativiteit	13
3.1	Een representatieve steekproef	13
3.2	De afbakening: het grote MKB	13
3.3	Vergelijking populatie en nettorespons	13
3.4	Non-responsonderzoek	15
3.5	Herweging	16
3.6	Conclusie	16
4	Houding en kennis	17
4.1	Bekend met maatschappelijk verantwoord ondernemen?	17
4.2	Drie essentiële aspecten van mvo	18
4.3	Je doet aan mvo omdat dat zo hoort	19
4.4	De houding van het management	20
4.5	Conclusie	21
5	Het mvo-gedrag	23
5.1	Inleiding	23
5.2	Hoeveel mvo-activiteiten worden uitgevoerd?	23
5.3	Welke mvo-activiteiten worden het meest uitgevoerd?	24
5.4	Welke mvo-activiteiten worden het minst uitgevoerd?	25
5.5	Conclusie	26
6	De kosten en baten van mvo-gedrag	29
6.1	Inleiding	29
6.2	Motieven om aan mvo te doen	29
6.3	Kosten: benodigde tijd aan mvo-activiteiten	30
6.4	Kosten: gemiste omzet door mvo	32
6.5	Baten	34
6.6	Conclusie	35
7	In hoeverre wordt erover gepraat?	37
7.1	Communicatie vanuit het bedrijf	37
7.2	Communicatie naar het bedrijf	37
7.3	Eisen aan leveranciers	38
7.4	Conclusie	39

8	Redenen om (nog) niets aan mvo te doen	41
8.1	Inleiding	41
8.2	We doen niet aan mvo, omdat....	41
8.3	Wel plannen om aan mvo te gaan doen, maar ...	42
8.4	Conclusie	43
9	Denkend aan de toekomst	45
9.1	Inleiding	45
9.2	Ordering maatschappelijke vraagstukken	45
9.3	Wereldbeelden	47
9.4	A1: de prestatimaatschappij	49
9.5	Conclusie	50
10	Tussen denken en doen	51
10.1	Inleiding	51
10.2	De drie bouwstenen	51
10.3	Een confrontatie	53
Bijlagen		
I	De vragenlijst	55
II	Resultaten testenquête	67
III	Non-responsonderzoek	73
IV	63 mvo-activiteiten	77
V	53 maatschappelijke vraagstukken	79

1 Management summary

- In totaal 4.093 ondernemers zijn in januari 2007 aan een (via internet verspreide) vragenlijst over maatschappelijk verantwoord ondernemen begonnen. Hiervan zijn 1.072 ondernemers na het eerste blok algemene vragen over maatschappelijk verantwoord ondernemen gestopt. Met andere woorden, 3.021 ondernemers hebben aangegeven welke van 30 (random aangeboden) maatschappelijk verantwoorde activiteiten zij momenteel uitvoeren. De 4.093 ondernemers die aan de vragenlijst zijn begonnen leveren een brutorespons op van 10%. Dit is hoog voor internet-enquêtes.
- Uit het speciaal voor dit onderzoek gehouden non-responsonderzoek komen vergelijkbare uitkomsten naar voren als uit de internetenquête. Daarom kan zonder meer geconcludeerd worden dat de ondernemers die hebben deelgenomen representatief zijn voor de doelgroep van dit onderzoek: het grote MKB.
- In samenspraak met Good Company en Stimular is er in dit onderzoek voor gekozen om de meting van het gedrag van bedrijven zo concreet mogelijk te houden. Aan de hand van vijf bedrijfsprocessen zijn door Good Company en Stimular bijna 200 concrete maatschappelijk verantwoorde activiteiten geformuleerd. In samenspraak met EIM en het MNP is deze lijst bewust ingekrompen tot 63 activiteiten die vaak voorkomen in de grote MKB-bedrijven. Met andere woorden, het onderzoek is toegespitst op het zogenaamd laaghangende 'mvo-fruit'.
- Uit het eerste blok vragen in de enquête komt duidelijk naar voren dat MKB-ondernemers vinden dat de meeste (andere) MKB-ondernemers aan maatschappelijk verantwoord ondernemen doen omdat dat zo hoort.
- Verder komt een beeld naar voren van ondernemers in het grote MKB die redelijk tot goed bekend zijn met het begrip maatschappelijk verantwoord ondernemen en een overwegend positieve houding ten aanzien van deze vorm van ondernemen hebben. Men is ook goed op de hoogte van waar het bij maatschappelijk verantwoord ondernemen om draait.
- Uit het onderzoek blijkt dat het grote MKB momenteel veel maatschappelijk verantwoorde activiteiten uitvoert. Van de aangeboden 30 mvo-activiteiten wordt momenteel 61% uitgevoerd.
- Dit hoge percentage krijgt perspectief wanneer gekeken wordt naar de mvo-activiteiten die men uitvoert. De meeste uitgevoerde activiteiten hebben te maken met het voeren van een goed personeelsbeleid van de bedrijven. Bijvoorbeeld: het gelijk belonen van mannen en vrouwen, parttime werken mogelijk maken, werknemers medeverantwoordelijkheid geven om bedrijfsactiviteiten te verbeteren en het streven naar meer samenwerking op de werkvloer.

- Criticasters kunnen aanvoerden dat deze personeelsactiviteiten ook los van maatschappelijk verantwoord ondernemen door de bedrijven worden uitgevoerd. Echter volgens de experts van Good Company en Stimular behoren de genoemde activiteiten wel degelijk tot het speelveld van maatschappelijk verantwoord ondernemen.
- Voor de ondernemer in het grote MKB zijn er twee hoofdmotieven om zelf aan maatschappelijk verantwoord ondernemen te doen: omdat het loont en omdat het hoort. De voordelen om aan maatschappelijk verantwoord ondernemen te doen, worden vooral betrokken op het eigen bedrijf. Een kwart van de ondernemers in het grote MKB doet aan mvo omdat dat hen een gemotiveerder personeel oplevert.
- De bedrijfskosten van maatschappelijk verantwoord ondernemen lijken erg mee te vallen: gemiddeld gaat het om 4,8 uur per week om 14,3 activiteiten uit te voeren. Wanneer dit op elkaar gedeeld wordt, blijft een kostenpost over van 22 minuten per activiteit. Ook de gedeerde omzet wordt niet hoog ingeschat; hij bedraagt 1,1% van de omzet.
- Zelf praten over wat je bedrijf allemaal aan maatschappelijk verantwoord ondernemen doet, komt weinig voor. Vragen naar wat bedrijven aan maatschappelijk verantwoord ondernemen doen komt ook nog niet veel voor. Gemiddeld wordt in 73% van de gevallen door de bedrijfsomgeving zelden of nooit gevraagd naar de activiteiten van de bedrijven.
- Veelal worden maatschappelijk verantwoorde activiteiten in het grote MKB niet uitgevoerd omdat ze niet passen in de bedrijfsvoering. Geld, tijd, moeite en kennis zijn minder vaak de bottleneck qua uitvoering. Op de vraag waarom sommige mvo-activiteiten nog niet worden uitgevoerd in het bedrijf worden tijdgebrek en een gebrek aan kennis of ervaring veel genoemd.
- Wanneer MKB-ondernemers wordt gevraagd naar de maatschappelijke vraagstukken die voor de ontwikkeling van hun bedrijf het meest belangrijk zijn, denkt men vooral aan economisch getinte vraagstukken dicht bij huis. Het milieu is in een dergelijke situatie minder belangrijk. Hetzelfde doet zich voor bij een keuze uit vier wereldbeelden. Men kiest dan vooral voor wereldbeeld A1 (de prestatie maatschappij) dat het beste is voor de economische ontwikkeling van hun bedrijf.

2 Achtergrond

2.1 Inleiding

Aan dit onderzoek liggen in essentie twee vragen ten grondslag. Het Milieu- en Natuurplanbureau (MNP) wil ten aanzien van maatschappelijk verantwoord ondernemen (kortweg mvo genaamd) namelijk het volgende weten:

- 1 In hoeverre is het gevoerde beleid op dit gebied in Nederland effectief. Hiertoe wenst men een betrouwbaar zicht te krijgen op het gedrag van bedrijven op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen.
- 2 Daarnaast wil men inzicht krijgen in de mate waarin het vertoonde gedrag op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen samenhang vertoont met de maatschappelijke vraagstukken die ondernemers belangrijk vinden.

Zoals uit de recente evaluatie van het beleid van EZ op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen naar voren komt, zijn er op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen nog maar weinig harde kwantitatieve gegevens voorhanden.¹ Het blijkt lastig te zijn om een betrouwbaar beeld te krijgen van de stand van zaken ten aanzien van maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Om de eerste onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden is daarom een methodiek ontwikkeld om het voorkomen van maatschappelijk verantwoord ondernemen in het MKB zo goed en objectief mogelijk te meten. Hiervoor is de hulp gezocht van Margot Cooymans van Good Company en Adriaan van Engelen van Stimular.

Voor het beantwoorden van de tweede onderzoeksvraag is in september 2006 een groot vooronderzoek gehouden onder MKB-bedrijven. In dit onderzoek stond een lijst met 53 maatschappelijke vraagstukken centraal die ook onder burgers is afgenomen. Aan de ondernemers werd gevraagd om 12 (random aangeboden) maatschappelijke vraagstukken in drie groepen in te delen: de vier belangrijkste vraagstukken, de vier minst belangrijke vraagstukken en de vier overige vraagstukken. Omdat elk vraagstuk door de ruime omvang van de steekproef in voldoende mate aan bod kwam, ontstond een betrouwbare ordening. In de enquête die voor maatschappelijk verantwoord ondernemen is ontworpen is daarom een vergelijkbare procedure gevolgd om het belang van de verschillende maatschappelijke vraagstukken te meten.

2.2 Via internet (panelconstructie)

Net als drie eerdere onderzoeken die EIM voor het MNP heeft uitgevoerd - de eerste naar vier wereldbeelden die ondernemers belangrijk vinden, de

¹ Ministerie van EZ (2007). Terugblikken en vooruitzien. Voortgangsonderzoek maatschappelijk verantwoord ondernemen (2001-2006). Den Haag.

tweede naar 45 eindwaarden die men belangrijk vond en de derde naar de 53 maatschappelijke vraagstukken -, is voor dit onderzoek weer gebruik gemaakt van de database van e-mailadressen die EIM heeft van ongeveer 50.000 ondernemers in het grote MKB, dat wil zeggen bedrijven waarin 5 t/m 99 werknemers in dienst zijn.

Door gebruik te maken van dezelfde database kon ook gebruik worden gemaakt van eerder verkregen informatie. Met andere woorden, ondernemers die behalve aan deze enquête ook al hadden deelgenomen aan de eerste en de derde enquête konden verschillende delen van de vragenlijst overslaan. Maar ook informatie verkregen uit eerdere enquêtes kon vergeleken worden met de informatie uit de mvo-enquête.

Van de 4.093 ondernemers die uiteindelijk aan deze enquête zijn begonnen (zie paragraaf 2.5) blijken er 1.490 deelgenomen te hebben aan de eerste enquête over de wereldbeelden en 1.255 aan het grote vooronderzoek over maatschappelijke vraagstukken. Deze ondernemers hebben hierdoor uiteindelijk een kortere vragenlijst op het scherm gekregen dan de ondernemers die voor de eerste keer meededen.

De keuze voor de dezelfde database van EIM heeft als consequentie dat de resultaten alleen betrekking hebben op het grote MKB (5 tot 100 werkzame personen). Deze subpopulatie komt overeen met ongeveer 15% van het gehele MKB.

De definitieve vragenlijst is in de eerste week van januari 2007 onder 1.000 ondernemers getest en vervolgens in de derde week van januari op internet gezet. Ondernemers hadden twee weken de tijd om de vragenlijst in te vullen.

2.3 Meten van gedrag

Er zijn diverse pogingen ondernomen om het mvo-gedrag in bedrijven vast te stellen. Zo heeft het Ministerie van Economische Zaken EIM in 2000 en 2003 opdracht gegeven om aan de hand van een eenvoudige vragenlijst vast te stellen hoeveel procent van het bedrijfsleven aan maatschappelijk verantwoord ondernemen deed. In deze vragenlijst werd - na een korte omschrijving van het begrip - aan de ondernemers zelf gevraagd of men vond dat het bedrijf aan mvo deed.

In het kader van het MKB Beleidspanel heeft EIM in 2001 vragen meegenomen over maatschappelijk verantwoord ondernemen. De eerste vraag was: *Kent u het begrip maatschappelijk verantwoord ondernemen?* Aan degenen die hier een positief antwoord op gaven, werd vervolgens gevraagd of men het gevoel had dat het bedrijf aan maatschappelijk verantwoord ondernemen deed. Degenen die een negatief antwoord gaven op de vraag of men het begrip kende, kregen eerst een omschrijving van maatschappelijk verantwoord ondernemen te horen voordat hun gevraagd werd of zij het gevoel hadden dat het bedrijf aan maatschappelijk verantwoord ondernemen deed.

Van de groep ondernemers die in eerste instantie aangaven het begrip maatschappelijk verantwoord ondernemen te kennen (70%) heeft 93% het

gevoel dat hun bedrijf ook aan maatschappelijk verantwoord ondernemen doet. Van de groep ondernemers die in eerste instantie aangaven het begrip niet te kennen (30%) heeft 49% - na het horen van de omschrijving - het gevoel dat hun bedrijf ook aan maatschappelijk verantwoord ondernemen doet.

Door diverse adviesbureaus zijn zogenaamde mvo-scans of duurzaamheidsscans ontwikkeld. Het grote voordeel van deze werkwijze is dat gestructureerd per bedrijf kan worden bekeken hoe het bedrijf scoort qua mvo-gedrag. Soms maakt een inventarisatie onder de belangrijkste stakeholders van het bedrijf deel uit van de scan. Het nadeel van de mvo-scans is dat vaak bedrijfsbezoeken noodzakelijk zijn, wat het een tot een dure vorm van onderzoek maakt. Zeker wanneer een representatief beeld van het bedrijfsleven vereist is.

In samenspraak met Good Company en Stimular is er in dit onderzoek voor gekozen om de meting van het mvo-gedrag van bedrijven zo concreet mogelijk te houden. Aan de hand van vijf bedrijfsprocessen zijn door Good Company en Stimular (in eerste instantie los van elkaar) systematisch bijna 200 concrete maatschappelijk verantwoorde activiteiten geformuleerd. In samenspraak (samen met EIM en het MNP) is deze lijst uiteindelijk ingekrompen tot een lijst van 63 mvo-activiteiten die vaak voorkomen in de grote MKB-bedrijven (gebaseerd op ervaringen van Good Company en Stimular).

In de uiteindelijke vragenlijst is het mvo-gedrag als volgt gemeten: uit de lijst van 63 activiteiten kreeg elke respondent random 30 activiteiten voorgesteld (op twee sheets van 15). De bijbehorende vraag was: voert u deze activiteiten momenteel uit, bent u dat van plan, voert u ze niet uit of vindt u dat de activiteit niet van toepassing is voor uw bedrijf?

2.4 (Test)enquête

In bijlage I staat de vragenlijst vermeld zoals die uiteindelijk is afgenomen onder MKB-ondernemers. Deze vragenlijst is eerst getest onder de doelgroep. Hiertoe is de vragenlijst via e-mail aan 1.000 ondernemers toegestuurd, op dezelfde wijze als de uiteindelijke vragenlijst. Na beantwoording van de vragenlijst zijn de betreffende ondernemers ($n=12$) gebeld om hun mening over het invullen te horen. Zeven hebben hieraan deelgenomen.

Uit de verschillende reacties op de vragenlijst kwam naar voren dat men de vragen soms moeilijk vond (vooral de indeling van de maatschappelijke vraagstukken) en dat de vragenlijst nogal lang was (gemiddeld was men er 21 minuten mee bezig). In bijlage II staat het complete resultaat van de testenquête vermeld.

Uiteindelijk is in samenspraak met het MNP besloten om de vragenlijst niet te veranderen.

2.5 Respons

Aan 50.022 ondernemers in het 'grote' MKB (tussen de 5 en 100 werkzame personen) is de vragenlijst (via een e-mailbericht) verstuurd. Van de 50.022 uitgestuurde e-mails zijn er 10.141 'gebounced'. Deze e-mails hebben door diverse redenen de ondernemers niet bereikt. Effectief was de steekproef dus 39.881 ondernemers groot.

Dit aantal komt overeen met 47% van de populatie. Dit hoge aantal waarborgt de representativiteit van de steekproef (hoewel men door de grote omvang eigenlijk niet eens meer over een steekproef hoeft te spreken).

In totaal 5.404 ondernemers hebben in het e-mailbericht van EIM de link aangeklikt om met de vragenlijst over maatschappelijk verantwoord ondernemen te beginnen. Hiervan zijn 4.093 ondernemers daadwerkelijk met vraag 1 begonnen. Met andere woorden 1.311 ondernemers zijn - waarschijnlijk na het lezen van de interviewinstructie - bij aanvang van de vragenlijst afgehaakt. Opgemerkt dient te worden dat het inloggen van de vragenlijst vergeleken met eerdere metingen eenvoudiger van aard was. De ondernemers hoefden niet meer een inlognaam in te tikken om te beginnen. Het klikken op de link was voldoende.

Naast de 5.404 ondernemers die de vragenlijst hebben aangeklikt, hebben 1.771 ondernemers aangegeven uit het databestand verwijderd te willen worden. Dit aantal is opmerkelijk gestegen in vergelijking met de eerdere internetmetingen.

De 4.093 ondernemers die aan de vragenlijst zijn begonnen leveren een brutorespons op van 10%. Dit is hoog voor internetenquêtes.

2.6 Per vraag verschillend

Een algemeen aspect van internetenquêtes is het kunnen afhaken van de respondent gedurende de enquête: ofwel omdat andere prioriteiten tijdens het invullen voorrang krijgen, ofwel omdat de enquête niet boeiend genoeg is, ofwel omdat de geplande tijd wordt overschreden, ofwel om vele andere redenen.

Er is geen inzicht in de vraag waarom ondernemers afhaken tijdens het invullen van de vragenlijst. (Er is overigens net zo min inzicht in de vraag waarom ondernemers via het e-mailbericht de vragenlijst aanklikken.) Bij schriftelijke enquêtes treedt een vergelijkbaar aspect op (item non-respons). Door de huidige techniek is van degenen die een deel van de internetenquête hebben ingevuld precies bekend wat ze hebben ingevuld en waar en wanneer ze zijn gestopt. Dit impliceert dat per blok vragen het aantal respondenten zal variëren.

Van 4.093 naar 2.509 ondernemers

Van de 4.093 ondernemers die aan de vragenlijst zijn begonnen, zijn er 1.072 na het eerste blok algemene vragen over maatschappelijk verantwoord ondernemen gestopt. Met andere woorden, 3.021 ondernemers hebben de 30 (random aangeboden) mvo-activiteiten beoordeeld.

Hiervan is (gebruik makend van een koppeling met eerdere internetmetingen die voor het MNP zijn uitgevoerd over de wereldbeelden en de maatschappelijke vraagstukken) uiteindelijk van 1.674 ondernemers zowel informatie beschikbaar over de 63 maatschappelijk verantwoorde activiteiten als over het belang van 53 maatschappelijke vraagstukken en de keuze van de vier wereldbeelden.

Een lange vragenlijst

De ondernemers die alle vragen hebben beantwoord, hebben daar gemiddeld 22 minuten over gedaan. De mediaantijd betrof 20 minuten. Deze gegevens impliceren dat het om een - voor internetenquêtes - lange vragenlijst ging.

2.7 Dit rapport

In het volgende hoofdstuk wordt nader ingegaan op de representativiteit van de steekproef en de respons. In dit kader worden de resultaten van een non-responsonderzoek besproken dat na afloop van de internetenquête is gehouden. In de hoofdstukken 4 tot en met 9 worden de resultaten op de afzonderlijke onderdelen van de vragenlijst besproken. In hoofdstuk 10 wordt kort ingegaan op de tweede onderzoeksvraag uit paragraaf 1.1: is het gedrag gelinkt aan de maatschappelijke vraagstukken die ondernemers belangrijk vinden? De belangrijkste conclusies worden samengevat in hoofdstuk 1: Management summary.

3 Representativiteit

3.1 Een representatieve steekproef

Hoewel de brutosteekproef van 39.881 ondernemers groot genoeg is om representatief te zijn voor de populatie van het grote MKB (inclusief de landbouw), staat hier de vraag centraal of de nettorespons - de 3.212 ondernemers die de enquête hebben ingevuld (zie hieronder) - representatief is voor de doelgroep: het grote MKB.

3.2 De afbakening: het grote MKB

Zoals eerder vermeld, zijn 4.093 respondenten aan de vragenlijst begonnen. Omdat deze respondenten niet allemaal ondernemer waren of met hun bedrijf tot het MKB behoorden, wordt in de volgende hoofdstukken gewerkt met een selectie van deze respondenten: namelijk ondernemers (die de vragenlijst hebben ingevuld) in het grote (5 tot 100 werkzame personen) MKB (particulier bedrijfsleven inclusief de landbouw).

In de onderstaande tabel staat aangegeven om hoeveel respondenten het precies gaat.

Tabel 1 Inperking respons op basis van drie selectiecriteria

		<i>niet</i>	<i>niet opgegeven</i>	<i>totaal</i>
functie (ondernemer)	2.454	151	1.488	4.093
MKB (5-100 wp)	2.532	706	855	4.093
sector (profit, landbouw)	<u>3.192</u>	75	826	4.093
gezaamenlijk	3.212			

Bron: EIM, 2007.

Van de 4.093 respondenten blijven er uiteindelijk 3.212 ondernemers over die aan de drie selectiecriteria voldoen.¹ Hierbij is verondersteld dat de respondenten die niet hun grootte, sector en functie in de enquête hebben opgegeven ook voldoen aan de opgegeven selectiecriteria.

3.3 Vergelijking populatie en nettorespons

In hoeverre zijn de 3.212 geselecteerde ondernemers in het grote MKB representatief voor de populatie? Deze vraag staat centraal in deze en in de volgende paragraaf.

Een eerste manier om hier inzicht in te krijgen is door beschikbare populatiegegevens uit 2006 over de grootte van het MKB (inclusief landbouw) en

¹ In de eerste internetenquête voor het MNP - over de keuze van vier wereldbeelden - is een vergelijkbare afbakening gemaakt.

de sectorverdeling te vergelijken met die van de 3.212 ondernemers. De populatiegegevens zijn afkomstig van het Onderzoeksprogramma MKB en Ondernemerschap van EIM.

Tabel 2 laat zien dat de nettorespons op de enquête (van 2.357 ondernemers van de 3.212 geselecteerde ondernemers is bekend hoe groot het bedrijf is) redelijk overeenkomt met de verdeling in de populatie. De nettorespons bevat relatief meer bedrijven met 10-99 werkzame personen: 70% versus 56% in de populatie.

Tabel 2 Vergelijking nettorespons en populatiebestand naar grootte

<i>grootteklassen</i>	<i>nettorespons</i>	<i>populatie 2006</i>
5-9 werkzame personen	30%	44%
10-49 werkzame personen	60%	50%
50-99 werkzame personen	10%	6%
	n= 2.357	n= 84.036

Bron: EIM, 2007.

Op zich is deze vertekening te begrijpen omdat het onderwerp maatschappelijk verantwoord ondernemen vaker wordt opgepakt door de grote bedrijven.

Naast een vergelijking op basis van de grootteklasse is ook een vergelijking mogelijk op basis van sector. Deze staat in tabel 3 vermeld. Omdat in het Onderzoeksprogramma MKB en Ondernemerschap van EIM bij de sectorverdeling niet het onderscheid 5-9 werkzame personen wordt gehanteerd, is de vergelijking alleen uitgevoerd voor de bedrijven van 10-99 werkzame personen. Vandaar dat de nettorespons lager uitvalt op 1.654 bedrijven.

Tabel 3 Vergelijking nettorespons en populatiebestand naar sector

<i>sectoren</i>	<i>nettorespons (10-99 wp)</i>	<i>populatie 2006 (10-99 wp)</i>
landbouw (1)	3%	3%
industrie (15-37)	22%	16%
bouwnijverheid (45)	15%	12%
handel en reparatie (50-52)	22%	26%
horeca (55)	7%	6%
vervoer en communicatie (60-64)	7%	7%
financiële diensten (65-67)	1%	2%
zakelijke diensten (70-74)	19%	19%
overige diensten (92-93)	4%	8%
	n= 1.654	n= 48.896

Bron: EIM, 2007.

Uit tabel 3 blijkt dat er in de nettorespons relatief te veel bedrijven uit de industrie en de bouw zitten. Ondervertegenwoordigd zijn bedrijven uit de handel en reparatie en de overige dienstverlening. In deze laatste twee sectoren komen overigens relatief veel 'kleinere' MKB-bedrijven voor.

3.4 Non-responsonderzoek

Omdat zowel het MNP als EIM de bovenstaande vergelijkingen niet voldoende vonden om een oordeel te kunnen vellen over de representativiteit van de nettorespons is na afloop van de internetenquête een speciaal non-responsonderzoek gehouden onder dezelfde doelgroep.

Het onderzoek omvatte 1.000 aselekt gebelde MKB-ondernemers met 5 of meer werkzame personen in dienst. Er zijn drie vragen - over de kennis en houding ten aanzien van mvo - gesteld die ook zo in de internetenquête stonden, te weten:

- *Hoe bekend bent u met het begrip maatschappelijk verantwoord ondernemen?*
- *Ik noem u 4 aspecten van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Kunt u aangeven welke daarvan volgens u het beste dit begrip weer-geeft?*
- *Hoe zou u de houding van het management van uw bedrijf ten aanzien van maatschappelijk verantwoord ondernemen het beste omschrijven?*

In totaal 33 van de 1.000 MKB-ondernemers die aan dit onderzoek hebben meegewerkt, hadden ook meegedaan aan de internetenquête. De antwoorden van de 967 overige ondernemers staan in het volgende hoofdstuk vermeld.

Ze komen zo goed overeen met de antwoorden uit de internetenquête, dat zonder meer geconcludeerd kan worden dat de 3.212 geselecteerde onder-

nemers representatief zijn voor de doelgroep van dit onderzoek: het grote MKB.

3.5 Herweging

Omdat er toch sprake is van enige onevenwichtigheid tussen de nettoresponss en de populatie wat betreft de grootteklasseverdeling van de bedrijven (zie tabel 1) is besloten tot een enkelvoudige herweging op basis van de grootte van de bedrijven.

Hiertoe zijn drie weegfactoren berekend, te weten:

- 1.46 (voor bedrijven met 5 - 9 wp)
- 0.83 (voor bedrijven met 10 - 49 wp)
- 0.60 (voor bedrijven met 50 -99 wp).

In de volgende hoofdstukken zijn de resultaten met deze weegfactoren herwogen.

Zoals zal blijken, levert de herweging geen andere resultaten op. Omdat het aantal ondernemers waarop de herweging is gebaseerd (2.357 in plaats van 3.212) minder is dan het aantal respondenten waarop de ongewogen resultaten zijn gebaseerd worden in de volgende hoofdstukken daarom de ongewogen resultaten gepresenteerd waarbij in een voetnoot de eventuele herwogen afwijkingen worden vermeld.

3.6 Conclusie

Uit het non-responsonderzoek komen vergelijkbare uitkomsten naar voren als uit de internetenquête. Daarom kan zonder meer geconcludeerd worden dat de 3.212 geselecteerde ondernemers representatief zijn voor de doelgroep van dit onderzoek: het grote MKB.

Uit de vergelijking met beschikbare populatiegegevens komt naar voren dat de nettoresponss relatief te veel grote bedrijven omvat. Daarom is voor dit aspect herwogen.

4 Houding en kennis

4.1 Bekend met maatschappelijk verantwoord ondernemen?

De eerste vraag van de enquête luidde 'hoe bekend bent u met het begrip maatschappelijk verantwoord ondernemen of (kortweg) mvo?' Tabel 4 laat de resultaten zien.

Tabel 4 Hoe bekend bent u met mvo?

	<i>non-respons</i> (<i>n</i> = 967)	<i>internetenquête</i> (<i>n</i> = 3.212)
goed bekend	28%	19%
redelijk bekend	43%	43%
nauwelijks bekend	20%	30%
niet bekend	9%	8%

Bron: EIM, 2007.

De eerste vraag in de internetenquête is in totaal door 4.093 respondenten ingevuld. Omdat 881 respondenten met hun bedrijf niet tot het grote MKB behoorden, of de enquête niet door de ondernemer was ingevuld, is in tabel 4 het resultaat vermeld van 3.212 ondernemers (zie ook vorige hoofdstuk).¹ Verder zijn ook de resultaten uit het non-responsonderzoek weergegeven.

Uit tabel 4 blijkt dat 62% van de grote MKB-ondernemers aangeeft redelijk tot goed bekend te zijn met het begrip maatschappelijk verantwoord ondernemen. Slechts 8% geeft aan niet bekend te zijn met het begrip.

Uit het non-responsonderzoek komen vergelijkbare percentages naar voren. Ze zijn zelfs iets beter: zo geeft 71% van dezelfde doelgroep in een telefonische enquête aan redelijk tot goed bekend te zijn met het begrip. Voor de representativiteit van de enquête zijn deze cijfers goed te noemen. Het betekent immers dat de deelnemers aan de enquête een goede vertegenwoordiging vormen van de doelgroep: het grote MKB.

Nadere analyse laat zien dat er een significant verband bestaat tussen de grootte van de bedrijven en de bekendheid met het begrip maatschappelijk verantwoord ondernemen. Zo geeft bijvoorbeeld 28% van de bedrijven met 50-99 werkzame personen in dienst aan goed bekend te zijn met maatschappelijk verantwoord ondernemen tegen 17% van de groep met 5-9 werkzame personen in dienst.

¹ Wanneer de antwoorden herwogen worden op basis van de grootteklasseverdeling van de bedrijven in de populatie (zie vorige hoofdstuk) ontstaat een vergelijkbaar beeld: dan is 20% goed bekend, 44% is redelijk bekend, 29% is nauwelijks bekend en 7% is niet bekend met maatschappelijk verantwoord ondernemen. Omdat het aantal waarnemingen waarop de herwogen uitkomsten gebaseerd zijn dan afneemt tot 2.357 ondernemers is besloten om in tabel 4 de ongewogen uitkomsten weer te geven.

4.2 Drie essentiële aspecten van mvo

In de tweede vraag van de enquête kregen de ondernemers op het beeldscherm negen aspecten van maatschappelijk verantwoord ondernemen te zien (in willekeurige volgorde). De vraag luidde 'welke drie aspecten geven de essentie van maatschappelijk verantwoord ondernemen het beste weer?'. Tabel 5 geeft de resultaten weer, zowel van het non-responsonderzoek als van de internetenquête.

Tabel 5 Essentie van mvo

	<i>non-respons</i> (<i>n</i> = 967)	<i>internetenquête</i> (<i>n</i> = 2.398) *
Afweging bedrijf, milieu en maatschappij	54%	66%
Een rechtvaardig personeelsbeleid	23%	60%
Een milieuvriendelijke bedrijfsvoering		48%
Voldoen aan de huidige wetten en regels	21%	47%
Transparant zijn over de bedrijfsvoering		34%
Eisen stellen aan de toeleveranciers		16%
Het verbeteren van het bedrijfsimago		12%
Ondersteunen van lokale verenigingen	2%	12%
Donaties geven aan goede doelen		7%

* De percentages tellen op tot 300% omdat elke ondernemer drie items heeft aangevinkt.
Bron: EIM, 2007.

De tweede vraag in de internetenquête is in totaal door 3.619 respondenten ingevuld. Hiervan hebben er 3.152 drie aspecten aangevinkt. Van deze subgroep bleven 2.398 ondernemers over die aan de drie selectiecriteria voldeden (zie tabel 1).¹

Uit de lijst in tabel 5 blijkt dat maatschappelijk verantwoord ondernemen door de ondernemers nauwelijks geassocieerd wordt met eisen stellen aan de toeleveranciers, het verbeteren van het bedrijfsimago, het ondersteunen van lokale verenigingen en het doneren aan goede doelen.

Dit is opvallend omdat uit eerder EIM-onderzoek het doneren aan goede doelen en het ondersteunen van lokale verenigingen als typische activiteiten werden gezien op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen die door het MKB uitgevoerd konden worden.² Waarschijnlijk speelt hier een rol dat het in dit onderzoek vooral om de grote MKB-bedrijven gaat.

Uit de enquête komt duidelijk naar voren dat maatschappelijk verantwoord ondernemen wordt geassocieerd met een integrale afweging van de drie bekende deelbelangen (triple P), een rechtvaardig personeelsbeleid en een mi-

¹ De herwogen resultaten leveren een identiek beeld op met hetgeen in tabel 5 is weergegeven. Omdat het aantal waarnemingen waarop de herwogen uitkomsten gebaseerd zijn dan afneemt is besloten om in tabel 5 de ongewogen uitkomsten weer te geven.

² EIM (2004). Maatschappelijk verantwoord ondernemen in het midden- en kleinbedrijf.

lieuvriendelijker bedrijfsvoering. Deze drie aspecten komen goed overeen met waar het bij maatschappelijk verantwoord ondernemen om draait.

Opvallend in tabel 5 is dat door bijna de helft van de ondernemers ook het aspect 'voldoen aan de huidige wetten en regels' wordt aangevinkt. Want dit is een aspect waar het bij maatschappelijk verantwoord ondernemen juist niet om draait.

In het non-responsonderzoek werden vier van de negen aspecten uit tabel 5 opgenoemd. Aan de ondernemers werd gevraagd om aan te geven welk aspect de essentie van maatschappelijk verantwoord ondernemen het beste weergaf. Van de 967 ondernemers gaf meer dan de helft aan dat een integrale afweging tussen bedrijf, milieu en maatschappij de essentie van maatschappelijk verantwoord ondernemen het beste weergaf. Uit de tabel blijkt ook dat 21% van de ondernemers aangaf dat het voldoen aan de huidige wetten en regels volgens hen de essentie van maatschappelijk verantwoord ondernemen vormt.

Hoewel de percentages tussen het non-responsonderzoek en de internetenquête niet altijd overeenkomen (heeft te maken met de gevolgde procedure), valt wel op dat de volgorde in het non-responsonderzoek vergelijkbaar is met die in de internetenquête. Voor de representativiteit van de internetenquête zijn deze cijfers weer goed te noemen. Het betekent immers dat de deelnemers aan de enquête een goede vertegenwoordiging vormen van de doelgroep: het grote MKB.

4.3 Je doet aan mvo omdat dat zo hoort

Bij de derde vraag in de enquête werd de ondernemer gevraagd om de volgende zin af te maken: 'de meeste MKB-bedrijven die aan maatschappelijk verantwoord ondernemen doen, doen dat volgens mij omdat ...'. Tabel 6 laat de resultaten zien.

Tabel 6 Waarom doet het MKB aan maatschappelijk verantwoord ondernemen?

	<i>internetenquête</i> <i>(n = 2.610)</i>
dat loont	11%
dat moet	12%
dat hoort	68%
dat past	9%

Bron: EIM, 2007.

Bij deze vraag werden de vier antwoorden random aangeboden. In totaal is de derde vraag in de internetenquête door 3.560 respondenten ingevuld.

Van deze groep bleven er 2.610 ondernemers over die aan de drie selectiecriteria voldeden (zie tabel 1).¹

De overgrote meerderheid van de ondernemers geeft aan dat de meeste MKB-ondernemers aan maatschappelijk verantwoord ondernemen doen omdat dat zo hoort. Volgens de systematiek van het MNP zou 'het hoort' het beste geassocieerd kunnen worden met Wereldbeeld 3 (Internationale solidariteit).

4.4 De houding van het management

De laatste vraag van het eerste blok vragen luidde: 'hoe zou u de houding van het management van uw bedrijf ten aanzien van maatschappelijk verantwoord ondernemen het beste omschrijven?'. Een identieke vraag is gesteld in het telefonische non-responsonderzoek.

Tabel 7 Wat is de houding ten aanzien van maatschappelijk verantwoord ondernemen?

	<i>non-respons</i> (n = 967)	<i>internetenquête</i> (n = 2.633)
zeer positief	11%	9%
positief	58%	44%
tamelijk positief	18%	28%
neutraal	13%	18%
tamelijk negatief	0%	1%
negatief	0%	0%
zeer negatief	0%	0%

Bron: EIM, 2007.

In totaal is de vierde vraag in de internetenquête door 3.560 respondenten ingevuld. Van deze groep bleven er 2.633 ondernemers over die aan de drie selectiecriteria voldeden (zie tabel 1).²

Uit tabel 7 blijkt dat 81% van de ondernemers aangeeft dat het management van hun bedrijf en/of zichzelf tamelijk tot zeer positief staat ten aanzien van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Dit is een hoog percentage dat ook in het non-responsonderzoek wordt gehaald.

¹ De herwogen resultaten leveren bijna een identiek beeld op met wat in tabel 6 is weergegeven. Het percentage ondernemers dat aangeeft 'dat moet' daalt naar 11% en het percentage ondernemers dat aangeeft 'dat hoort' stijgt naar 69%. Omdat het aantal waarnemingen waarop de herwogen uitkomsten gebaseerd zijn dan afneemt tot 2.072 ondernemers is besloten om in tabel 6 de ongewogen uitkomsten weer te geven.

² De herwogen resultaten leveren een identiek beeld op met wat in tabel 7 is weergegeven. Omdat het aantal waarnemingen waarop de herwogen uitkomsten gebaseerd zijn dan afneemt tot 2.102 ondernemers is besloten om in tabel 7 de ongewogen uitkomsten weer te geven.

Nadere analyse laat een duidelijk, positief verband zien tussen de bekendheid met het begrip maatschappelijk verantwoord ondernemen en de houding erover. Verder is bij deze houdingsvraag geen significant verband aangetroffen met de grootte van de bedrijven

4.5 Conclusie

Uit het eerste blok vragen komt duidelijk naar voren dat MKB-ondernemers vinden dat de meeste (andere) MKB-ondernemers aan maatschappelijk verantwoord ondernemen doen omdat dat zo hoort.

Verder komt een beeld naar voren van het grote MKB dat redelijk tot goed bekend is met het begrip maatschappelijk verantwoord ondernemen, en dat een overwegend positieve houding ten aanzien van deze vorm van ondernemen heeft. Men is ook goed op de hoogte van waar het bij maatschappelijk verantwoord ondernemen om draait. Een mogelijk probleem is dat relatief veel ondernemers het voldoen aan de wet- en regelgeving ook tot de kern van maatschappelijk verantwoord ondernemen rekenen.

Uit het non-responsonderzoek komen vergelijkbare uitkomsten naar voren als uit de internetenquête. Ook de herweging op basis van de grootteklasseverdeling van de bedrijven in de populatie laat nauwelijks verschillen zien met de ongewogen resultaten. Dit geeft aan dat de uiteindelijke respons niet systematisch vertekend is naar grootte van de bedrijven, bekendheid, kennis en houding ten aanzien van maatschappelijk verantwoord ondernemen.

5 Het mvo-gedrag

5.1 Inleiding

Na de vier algemene vragen over maatschappelijk verantwoord ondernemen kregen de respondenten de volgende tekst te zien: 'U krijgt nu 30 maatschappelijk verantwoorde activiteiten te zien. Deze worden in twee groepen van 15 gepresenteerd. Wilt u per mvo-activiteit aangeven of uw bedrijf die momenteel uitvoert, of dat uw bedrijf van plan is die in de toekomst uit te gaan voeren, of dat uw bedrijf die mvo-activiteit niet uitvoert en dat ook niet van plan is?'

De 30 activiteiten werden random getrokken uit een bestand van 63 activiteiten. In bijlage IV staat de gehele lijst vermeld. Op het scherm werden twee keer 15 activiteiten geprojecteerd, achter elke activiteit waren vier kolommen te zien: WEL, VAN PLAN, NIET en N.v.t. Uit de testenquête kwam namelijk naar voren dat niet alle activiteiten voor alle bedrijven toepasbaar waren. De mogelijkheid in de enquête om zelf aan te geven of de activiteit op het bedrijf toepasbaar was, leidde tot minder irritatie bij de ondernemer.

5.2 Hoeveel mvo-activiteiten worden uitgevoerd?

In tabel 8 is het gemiddelde aantal activiteiten weergegeven dat door ondernemers in het MKB momenteel wordt uitgevoerd, zowel in absolute aantallen als relatief.

Tabel 8 Aantal uitgevoerde mvo-activiteiten

	<i>internetenquête (n = 2.210)</i>	
	<i>absoluut</i>	<i>relatief</i>
wel	14,2	61%
niet	5,5	23%
van plan	3,7	16%
niet van toepassing	6,6	
totaal	30	

Bron: EIM, 2007.

In totaal hebben 3.212 respondenten deze vraag beantwoord. Hiervan behoren 2.210 respondenten tot de drie selectiecriteria. ¹ Uiteindelijk is elk van de 63 activiteiten gemiddeld 1.158 keer aan deze groep van onderne-

¹ De herwogen resultaten leveren een bijna identiek beeld op met wat in tabel 8 is weergegeven. Het absolute aantal uitgevoerde mvo-activiteiten bedraagt dan 14,1, de niet uitgevoerde activiteiten 5,4 en de niet van toepassing zijnde activiteiten 6,9. Relatief blijkt ook na herweging dat 61% van de aangeboden activiteiten wordt uitgevoerd. Omdat het aantal waarnemingen waarop de herwogen uitkomsten gebaseerd zijn dan afneemt tot 1.955 ondernemers is besloten om in tabel 8 de ongewogen uitkomsten weer te geven.

mers gesteld. Dit grote aantal geeft aan dat de randomisatie goed gewerkt heeft.

Door de ondernemers in het grote MKB worden momenteel 14 van de 30 aangeboden mvo-activiteiten uitgevoerd. Wanneer de niet van toepassing zijnde activiteiten buiten beschouwing worden gelaten, gaat het relatief om 61% van de aangeboden maatschappelijk verantwoorde activiteiten (14.2/23.4).

Wanneer gekeken wordt naar de grootte van de bedrijven blijkt dat bedrijven met 5 tot 10 werknemers in dienst significant minder activiteiten uitvoeren (absoluut en relatief) dan bedrijven met meer dan 50 werknemers in dienst. Ook bedrijven waarvan het management (zeer) positief staat tegenover maatschappelijk verantwoord ondernemen voeren meer activiteiten uit. Hetzelfde geldt voor familiebedrijven, bedrijven die zowel exporteren als importeren en bedrijven die 10 jaar of langer bestaan.

Het percentage van 61% is hoog. Immers de algemene tendens vóór het onderzoek was dat het MKB qua mvo-gedrag flink achterbleef bij het grootbedrijf. Ook in het recent verschenen voortgangsonderzoek van het Ministerie van EZ over maatschappelijk verantwoord ondernemen wordt deze stelling ingenomen.

Uiteraard hangt de hoogte van het percentage samen met de maatschappelijk verantwoorde activiteiten die in de enquête zijn aangeboden. Zoals in paragraaf 2.3 al is aangegeven is in dit onderzoek bewust gekozen om die mvo-activiteiten aan te bieden die relatief vaak voorkomen in het MKB: als het ware het laaghangende fruit. In de volgende paragraaf wordt ingezoomd op de 20 meest uitgevoerde activiteiten.

5.3 Welke mvo-activiteiten worden het meest uitgevoerd?

Zoals eerder vermeld kregen de ondernemers willekeurig 30 activiteiten te zien. In tabel 9 staat de top-20 van activiteiten vermeld die het meest worden uitgevoerd door de 2.210 ondernemers.

Naast een omschrijving van de verschillende activiteiten wordt in de tabel in de tweede kolom ook weergegeven hoeveel procent van de ondernemers deze activiteiten uitvoert.

In de laatste kolom is de betreffende activiteit ingedeeld naar de drie P's waarop maatschappelijk verantwoord ondernemen betrekking heeft (people, planet, profit) en naar de gerichtheid van de activiteit: intern of extern gericht. Een activiteit wordt daarbij extern genoemd wanneer de samenleving (exclusief het bedrijf) direct voordeel heeft van de activiteit.

Wat opvalt aan de top-20 is dat het vooral om maatschappelijk verantwoorde activiteiten gaat die te maken hebben met het personeelsbeleid van de bedrijven. Van de drie P's komen de sociale activiteiten (people) 11 keer in de top-20 voor, de milieuactiviteiten (planet) zes keer en de economische activiteiten (profit) drie keer. Pas op de dertiende plaats staat de eerste echte activiteit op milieugebied: het verkleinen van het bedrijfsafval (deze

activiteit wordt wel door 70% van de grote bedrijven uitgevoerd). Wanneer gekeken wordt naar de gerichtheid van de activiteiten valt op dat alle zes interne activiteiten in de top-10 van meest uitgevoerde maatschappelijk verantwoorde activiteiten voorkomen.

Tabel 9 De 20 meest uitgevoerde mvo-activiteiten

	<i>aandeel</i>	<i>typering</i>
01. Mannen en vrouwen voor gelijke prestaties, gelijk belonen	91%	Pe; I
02. Parttime werken is mogelijk	88%	Pe; E
03. Bij voorkeur medewerkers uit de regio aannemen	86%	Pe; E
04. Werkn. medeverantwoordelijkheid geven om bedrijfsactiviteiten te verbeteren	85%	Pe; I
05. Door juist gebruik van bedrijfsmiddelen het onderhoud ervan verminderen	81%	Pr; I
06. Streven naar meer samenwerking en integratie op de werkvloer	80%	Pe; I
07. Proberen aan de prof. ambities van de werknemers tegemoet te komen	79%	Pe; I
08. Werknemers hebben invloed op het indelen van hun werk	78%	Pe; I
09. De betalingstermijnen gesteld door de leveranciers hanteren	75%	Pr; E
10. Klanten meer garantie, service en reparatie aanbieden dan verplicht is	73%	Pe; E
11. Beschikken over een klachtenprocedure en daar ook iets mee doen	71%	Pe; E
12. Flexibele arbeidstijden zijn mogelijk	70%	Pe; E
13. Maatregelen nemen om het bedrijfsafval te verkleinen	70%	Pl; E
14. Regelmatig met de leveranciers de samenwerking evalueren	69%	Pe; E
15. Onderwerp milieu soms ter sprake laten komen tijdens het werkoverleg	68%	Pl; E
16. Maatregelen nemen om levensduur van de producten te verlengen	68%	Pl; E
17. De lokale economie stimuleren, bijvoorbeeld door lokaal in te kopen	67%	Pr; E
18. Het gebruik van gas, elektriciteit en (auto)brandstof verminderen	65%	Pl; E
19. De transportbewegingen van het bedrijf verminderen	63%	Pl; E
20. Het bedrijfsafval meer gescheiden aanleveren dan verplicht is	61%	Pl; E

Bron: EIM, 2007.

5.4 Welke mvo-activiteiten worden het minst uitgevoerd?

In tabel 10 staan de 20 activiteiten die het minst worden uitgevoerd.

Tabel 10 De 20 minst uitgevoerde mvo-activiteiten

	<i>aandeel</i>	<i>typering</i>
63. Kantoor- en/of postpapier gebruiken met een milieukeurmerk	21%	PI; E
62. Vrijwilligerswerk van en door werknemers stimuleren	24%	Pe; E
61. In het bedrijf groene stroom gebruiken	24%	PI; E
60. Afvalwaterzuivering bedrijf beter dan vereist laten functioneren	25%	PI; E
59. Vrijwillig over een milieubeleidsverklaring beschikken	27%	PI; E
58. Structureel doneren aan milieu- of maatschappelijke groepen	28%	Pe; E
57. Vrijwillig over een milieuregistratiesysteem beschikken	31%	PI; E
56. Over een 'low NOx' verwarmingsketel beschikken	33%	PI; E
55. Geuroverlast bedrijf meer verminderen dan wettelijk verplicht	34%	PI; E
54. Werknemers opleiden op het gebied van duurzame innovaties	35%	PI; E
53. Kennis bedrijf beschikbaar stellen voor maatschappelijke groepen	36%	Pe; E
52. Overleg met de leverancier over de inkoopcriteria van grondstoffen	39%	Pe; E
51. Geluidsoverlast bedrijf meer verminderen dan wettelijk verplicht	39%	PI; E
50. Werknemers financieel steunen bij aanschaf 'fiets van de zaak'	40%	Pe; E
49. Bij inkoop meer eisen stellen rond gezondheid/veiligheid dan verplicht	40%	Pe; E
48. Beschikken over een afvalpreventieactieplan	41%	PI; E
47. De recyclebaarheid van producten in de ontwerpfase meenemen	41%	PI; E
46. Maatregelen nemen om het afvalwater van het bedrijf te verminderen	42%	PI; E
45. Het gebruik van VOS vrijwillig vervangen door andere stoffen	42%	PI; E
44. Werknemers opleiding laten volgen op milieugebied, inkoop, etc.	43%	Pe; E

Bron: EIM, 2007.

Wat aan deze lijst opvalt, is dat van de onderste twintig activiteiten er 13 milieuactiviteiten zijn. Verder valt op dat het stimuleren van vrijwilligerswerk van en door werknemers zeer laag staat (62^e plaats), net als het structureel doneren aan milieu- of maatschappelijke groepen (op de 58^e plaats). Tot voor kort waren dit de maatschappelijk verantwoorde activiteiten die vooral geassocieerd werden met het MKB. Alle activiteiten in de onderste top-20 zijn extern gericht.

5.5 Conclusie

Uit dit hoofdstuk komt naar voren dat MKB-bedrijven met meer dan 5 werknemers in dienst momenteel veel maatschappelijk verantwoorde activiteiten uitvoeren. Van de verschillende - van toepassing zijnde - aangeboden activiteiten wordt 61% uitgevoerd.

Het hoge percentage krijgt perspectief wanneer gekeken wordt naar de activiteiten die men uitvoert. De meeste uitgevoerde activiteiten hebben namelijk te maken met het voeren van een goed personeelsbeleid van de bedrijven. Bijvoorbeeld: het gelijk belonen van mannen en vrouwen, parttime werken mogelijk maken, werknemers medeverantwoordelijkheid geven om

bedrijfsactiviteiten te verbeteren en het streven naar meer samenwerking op de werkvloer.

Criticasters kunnen aanvoerden dat deze activiteiten ook los van maatschappelijk verantwoord ondernemen door de bedrijven worden uitgevoerd. Echter volgens experts van Good Company en Stimular behoren de genoemde activiteiten wel degelijk tot het speelveld van maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Wanneer naar de 20 minst uitgevoerde maatschappelijk verantwoorde activiteiten wordt gekeken, dan zijn milieuactiviteiten ruim in de meerderheid. Opvallend zijn de lage plaatsen van 'het stimuleren van vrijwilligerswerk van en door werknemers' en 'het structureel doneren aan milieu- of maatschappelijke groepen'. Immers, tot voor kort waren dit de maatschappelijk verantwoorde activiteiten die vooral geassocieerd werden met het MKB.

6 De kosten en baten van mvo-gedrag

6.1 Inleiding

In de internetenquête is uitgebreid stilgestaan bij de motieven van de ondernemer om maatschappelijk verantwoorde activiteiten in het bedrijf uit te voeren. Allereerst werd aan de ondernemer per activiteit die men eerder in de enquête had aangevinkt, gevraagd aan te geven of men die activiteiten uitvoerde omdat dat lonend was, moest, hoorde of paste. Vervolgens werd (integraal over de activiteiten die men uitvoerde) ingegaan op de kosten die de uitvoering met zich meebracht (qua tijd en omzet). Aan het eind van dit onderdeel werd gevraagd naar de drie belangrijkste voordelen van de maatschappelijk verantwoorde activiteiten die men uitvoerde.

6.2 Motieven om aan mvo te doen

In de internetenquête kregen de respondenten de volgende tekst te zien: *'U heeft aangegeven dat uw bedrijf [XX: aantal per respondent] van de gepresenteerde mvo-activiteiten momenteel uitvoert. Kunt u per mvo-activiteit aangeven waarom uw bedrijf deze momenteel uitvoert? Is het omdat het loont (levert meer op dan het kost), omdat het moet (wordt door de maatschappij geëist), omdat het hoort (zelf verantwoording nemen voor milieu en maatschappij) of omdat het past (je komt er niet onderuit als je wilt concurreren)?'* De activiteiten die eerder door de respondent waren aangevinkt, werden bij deze vraag in verkorte vorm op het beeldscherm weergegeven.

In totaal 2.809 respondenten hebben deze vraag beantwoord. Wanneer gekeken wordt naar de drie selectiecriteria blijven er 1.999 ondernemers over.¹ Naast deze antwoorden is in de tabel ook aangegeven hoe deze groep ondernemers vraag 3 van de enquête heeft beantwoord (zie paragraaf 4.3).

¹ Ook bij deze vraag is gekeken of een herweging naar grootteklasse invloed uitoefende op de uitkomsten zoals gepresenteerd in tabel 11. Dat is niet het geval. Omdat het aantal ondernemers waarop de uitkomsten gebaseerd zijn dan afneemt tot 1.847 is besloten om de ongewogen uitkomsten weer te geven.

Tabel 11 Motieven achter de uitgevoerde activiteiten

	<i>internetenquête (n = 1.999)</i>	<i>internetenquête (vraag 3)</i>
loont	41%	11%
moet	12%	12%
hoort	38%	68%
past	9%	8%
anders	2%	

Bron: EIM, 2007.

Wanneer naar de gemiddelde verdeling over alle activiteiten wordt gekeken, blijkt dat in 41% van de gevallen de activiteiten worden uitgevoerd omdat dat volgens de ondernemer lonend is, in 38% van de gevallen omdat dat hoort, in 12% van de gevallen omdat het moet en in 9% van de gevallen omdat het past. 2% heeft een andere reden.

Deze verdeling strookt niet met die op vraag 3 in de enquête. Toen bleek dat deze groep ondernemers aangaf dat MKB-bedrijven vooral aan maatschappelijk verantwoord ondernemen deden omdat dat hoorde. Wordt een vergelijkbare vraag op hun eigen bedrijf geprojecteerd, dan blijkt dat men in het MKB vooral aan maatschappelijk verantwoord ondernemen doet omdat dat lonend is en omdat dat hoort.

6.3 Kosten: benodigde tijd aan mvo-activiteiten

Na de vraag waarom men aan maatschappelijk verantwoord ondernemen deed, kregen de respondenten de volgende vraag voorgelegd: '*Kunt u aangegeven hoeveel uur per week het uw bedrijf kost om de [XX; aantal per respondent] hiervoor genoemde mvo-activiteiten uit te voeren?*'. In de vraag werd nadrukkelijk gerefereerd aan het aantal activiteiten die de ondernemer eerder in de enquête had aangevinkt, en die hij/zij in het vorige scherm in verkorte vorm zag staan.

In totaal 2.766 respondenten hebben deze vraag beantwoord. Wanneer gekeken wordt naar de drie selectiecriteria blijven er 1.986 ondernemers over. In tabel 12 staat het resultaat op deze 'kostenvraag' vermeld.¹

¹ Wanneer de antwoorden gewogen worden op basis van de grootteklasse van de bedrijven blijkt dat 'minder dan 1 uur' door 18% van de ondernemers wordt gegeven, '5-8 uur' door 10% en 'weet niet' door 15%. De verschillen zijn marginaal. Omdat het aantal ondernemers waarop de uitkomsten gebaseerd zijn dan afneemt tot 1.812 is besloten om de ongewogen uitkomsten weer te geven.

Tabel 12 Benodigd aantal uur per week om aan mvo te doen

	<i>internetenquête</i> (<i>n = 1.986</i>)
levert tijd op	3%
0 uur	1%
minder dan 1 uur	16%
1-4 uur	39%
5-8 uur	14%
> 8 uur	11%
weet niet	16%

Bron: EIM, 2007.

Uit tabel 12 blijkt dat een vijfde van de ondernemers aangeeft dat het uitvoeren van de mvo-activiteiten hen minder dan 1 uur per week kost of zelfs tijd oplevert. Iets meer dan de helft van de ondernemers is tussen de 1 en 8 uur per week kwijt, en 11% geeft aan dat het hen meer dan 8 uur per week kost. Dat het een moeilijke vraag betrof, laat het relatief hoge percentage ondernemers zien die op deze vraag geen antwoord konden geven.

Gemiddeld: 4,8 uur per week voor 14,3 activiteiten

Om tot een schatting van de gemiddelde tijd te komen zijn de antwoorden gecodeerd. De antwoordcategorieën 'levert tijd op' en '0 uur' zijn op 0 gezet, de categorie 'minder dan 1 uur' is op een half uur gezet, de categorie '1-4 uur' staat op 2,5 uur, de categorie '5-8 uur' op 6,5 uur en de categorie 'meer dan 8 uur' op het aantal door de respondenten opgegeven uren. Voor degenen die hierbij niets opgaven is de mediaantijd van de andere ondernemers ingevuld.

Omdat het herwogen gemiddelde enigszins afwijkt van het ongewogen gemiddelde is in tabel 13 het herwogen gemiddelde weergegeven.

Tabel 13 Benodigd aantal uur per week

	<i>internetenquête (n = 1.539) herwogen</i>
rekenkundig gemiddelde	4,8 uur
aantal uitgevoerde mvo-activiteiten	14,3
standaardfout	0,20
95% betrouwbaarheidsinterval	4,4- 5,2 uur
mediaantijd	2,5 uur
5% trimmed gemiddelde	3,9 uur

Bron: EIM, 2007.

Gemiddeld kost het uitvoeren van de uitgevoerde maatschappelijk verantwoorde activiteiten in de geselecteerde bedrijven 4,8 uur per week. Wanneer eventuele uitschieters uit de frequentieverdeling worden gehaald, blijft een robuuster gemiddelde over van 3,9 uur per week. Het gewogen gemiddelde aantal activiteiten dat deze groep ondernemers uitvoert is 14,3.

Wanneer van dezelfde groep ondernemers, per ondernemer wordt gekeken naar het aantal activiteiten dat het bedrijf uitvoert en dit wordt gedeeld op het aantal uren dat men zegt kwijt te zijn, resteert een gemiddelde tijd van 0,36 uur per activiteit: dit komt overeen met 22 minuten.

6.4 Kosten: gemiste omzet door mvo

Na de vraag over de tijd die het hen kostte om de activiteiten uit te voeren, kregen de respondent de volgende vraag voorgelegd: '*Kunt u ook globaal aangegeven hoeveel omzet het uw bedrijf kost om die [XX; aantal per respondent], mvo-activiteiten uit te voeren?*' Ook in deze vraag werd nadrukkelijk gerefereerd aan het aantal activiteiten dat de ondernemer eerder in de enquête had aangevinkt.

In totaal 2.756 respondenten hebben deze vraag beantwoord. Wanneer gekeken wordt naar de drie selectiecriteria blijven er 1.976 ondernemers over. In tabel 14 staat het resultaat op deze 'kostenvraag' vermeld.¹

¹ Wanneer de antwoorden gewogen worden op basis van de grootteklasse van de bedrijven blijkt dat 'verwaarloosbaar deel omzet' door 24% van de ondernemers wordt gegeven, '1 tot 2%' door 13% en 'weet niet' door 18%. De verschillen zijn marginaal. Omdat het aantal ondernemers waarop de uitkomsten gebaseerd zijn dan afneemt tot 1.806 is besloten om de ongewogen uitkomsten weer te geven.

Tabel 14 Gederfde omzet per jaar door mvo

	<i>internetenquête</i> (n = 1.976)
levert geld op	13%
kost geen omzet	18%
verwaarloosbaar deel omzet	23%
1 tot 2%	14%
2 tot 4%	8%
4 tot 6%	3%
meer dan 6%	2%
weet niet	19%

Bron: EIM, 2007.

Uit tabel 14 blijkt dat 54% van de ondernemers aangeeft dat het uitvoeren van hun mvo-activiteiten geld oplevert of geen of een te verwaarlozen deel van de omzet kost. Voor een kwart van de ondernemers kost het uitvoeren van de mvo-activiteiten 1 tot 6% van hun jaaromzet. Twee procent van de ondernemers geeft aan dat het hen meer dan 6% van de omzet kost. Dat het een moeilijke vraag betrof, laat het relatief hoge percentage ondernemers zien dat op deze vraag geen antwoord kon geven.

Gemiddeld: 1,1% van de jaaromzet

Om tot een gemiddelde omzet te komen zijn de antwoorden gedeeltelijk gecodeerd. De antwoordcategorieën 'levert geld op' en 'kost geen omzet' zijn op 0 gezet, de categorie 'een verwaarloosbaar deel van de omzet' is op 0,1% gezet, de categorie '1-2%' is op 1,5% gezet, categorie '2-4%' op 3%, categorie '4-6%' op 5% en 'meer dan 6%' op het aantal door de respondenten opgegeven percentages. Voor degenen die hierbij niets opgaven is de mediaanomzet van de andere ondernemers ingevuld.

Omdat het herwogen gemiddelde enigszins afwijkt van het ongewogen gemiddelde is in tabel 15 het herwogen gemiddelde weergegeven.

Uit tabel 15 blijkt dat het uitvoeren van de 14,3 maatschappelijk verantwoorde activiteiten de bedrijven gemiddeld 1,1% van hun jaarlijkse omzet kost. Wanneer eventuele uitschieters uit de frequentieverdeling worden gehaald, blijft een robuust gemiddelde over van 0,75% per jaar.

Tabel 15 Gederfde omzet per jaar

	<i>internetenquête (n = 1.475) herwogen</i>
Rekenkundig gemiddelde	1,1%
Aantal uitgevoerde mvo-activiteiten	14,3
standaardfout	0,05
95% betrouwbaarheidsinterval	1,0 - 1,1%
mediaanomzet	0,1%
5% trimmed gemiddelde	0,75%

Bron: EIM, 2007.

6.5 Baten

Als laatste onderdeel van dit blok vragen is aan de respondenten gevraagd aan te geven 'Welke voordelen de [XX; aantal per respondent] leveren door uw bedrijf uitgevoerde mvo-activiteiten concreet op?' Die activiteiten waren in verkorte vorm op het scherm weergegeven. De ondernemers werd gevraagd om maximaal drie voordelen aan te kruisen uit een lijst van negen voordelen (die random werden aangeboden). Tabel 16 laat de resultaten zien.

Tabel 16 Voordelen van mvo-gedrag

	<i>internetenquête (n = 1.956)</i>
gemotiveerder personeel	26%
goed voor milieu en natuur	13%
goed voor de maatschappij	12%
beter bedrijfsimago	14%
meer tevreden klanten	12%
lagere bedrijfskosten	10%
betere omgang met stakeholders	7%
meer omzet	4%
ander voordeel	1%
weet niet	1%

Bron: EIM, 2007.

In totaal 2.735 respondenten hebben deze vraag beantwoord. Wanneer gekeken wordt naar de drie selectiecriteria blijven er 1.956 ondernemers over.¹

Uit tabel 16 blijkt dat 'gemotiveerder personeel' duidelijk aan kop gaat bij de genoemde voordelen. Op zich niet zo verwonderlijk gezien de vele personeelsactiviteiten die in de top-20 van mvo-activiteiten voorkomen. De externe voordelen (milieu en maatschappij) worden door 25% van de ondernemers opgegeven. De andere voordelen die betrekking hebben op het bedrijf zelf worden gezamenlijk door bijna de helft van de ondernemers opgegeven (47%).

6.6 Conclusie

Voor de ondernemer zijn er twee hoofdmotieven om zelf aan maatschappelijk verantwoord ondernemen te doen: omdat het loont en omdat het hoort. De voordelen om aan maatschappelijk verantwoord ondernemen te doen worden vooral betrokken op het eigen bedrijf. Een kwart van de ondernemers in het grote MKB doet aan mvo omdat dat hen een gemotiveerder personeel oplevert.

De bedrijfskosten van maatschappelijk verantwoord ondernemen lijken erg mee te vallen: gemiddeld gaat het om 4,8 uur per week om 14,3 activiteiten uit te voeren. Wanneer dit op elkaar gedeeld wordt, blijft een kostenpost over van 22 minuten per activiteit. Ook de gedeerde omzet wordt niet hoog ingeschat; deze bedraagt 1,1% van de omzet.

¹ Ook op deze vraag is gekeken of een herweging naar grootteklasse invloed uitoefende op de uitkomsten zoals gepresenteerd in tabel 16. Dat is nauwelijks het geval. Omdat het aantal ondernemers waarop de uitkomsten gebaseerd zijn dan afneemt tot 1.797 is besloten om de ongewogen uitkomsten weer te geven.

7 In hoeverre wordt erover gepraat?

7.1 Communicatie vanuit het bedrijf

Aan de respondenten werd gevraagd: 'In hoeverre praat u met klanten of leveranciers over wat uw bedrijf aan maatschappelijk verantwoorde activiteiten onderneemt?' In de twee vervolgvragen ging het om de 'overheid of andere belangenorganisaties' en 'werknemers'.

In totaal 2.719 respondenten hebben deze vragen beantwoord. Wanneer gekeken wordt naar de doelgroep blijven er 1.945 ondernemers over. In tabel 17 staat het resultaat vermeld.¹

Tabel 17 Communicatie vanuit de bedrijven

	<i>klanten of leveranciers</i>	<i>overheid of andere belangenorganisaties</i>	<i>werknemers</i>
vaak	9%	6%	19%
soms	47%	29%	57%
zelden	30%	32%	17%
nooit	14%	33%	7%

Bron: EIM, 2007.

Uit de tabel komt naar voren dat met klanten en overheidsinstanties niet vaak gepraat wordt over wat het bedrijf aan maatschappelijk verantwoord ondernemen doet. Met werknemers wordt vaker gepraat over wat het bedrijf aan maatschappelijk verantwoord ondernemen doet. Slechts een kwart van de ondernemers die deze vragen hebben ingevuld, geeft aan zelden of nooit met hun werknemers over de uitgevoerde activiteiten te communiceren. Bij de overheid ligt het percentage 'zelden en nooit' op 65% en bij de klanten op 44%.

Het lijkt er dus op dat het doen aan maatschappelijk verantwoord ondernemen niet iets is waar je als ondernemer vaak over praat.

7.2 Communicatie naar het bedrijf

De volgende vraag ging nader in op de andere kant van de communicatie. Aan de respondenten werd het volgende gevraagd: 'hieronder staan verschillende instanties of personen waarmee MKB-ondernemers in hun bedrijfsvoering te maken hebben. Kunt u aangeven hoe vaak ze van uw bedrijf willen weten wat uw bedrijf aan maatschappelijk verantwoord ondernemen

¹ Ook op deze vraag is gekeken of een herweging naar grootteklasse invloed uitoefende op de uitkomsten zoals gepresenteerd in tabel 17. Dat is nauwelijks het geval. Omdat het aantal ondernemers waarop de uitkomsten gebaseerd zijn dan afneemt tot 1.796 is besloten om de ongewogen uitkomsten weer te geven.

doet?'. In totaal 13 verschillende instanties of personen werden random op het scherm weergegeven. Tabel 18 laat de resultaten zien.

Tabel 18 Communicatie naar de bedrijven (herwogen; n = 1.765)

<i>... praten met het bedrijf over mvo ...</i>	<i>vaak</i>	<i>soms</i>	<i>zelden</i>	<i>nooit</i>
gemeente	7%	29%	26%	38%
overheidsinstanties	5%	24%	27%	43%
brancheorganisatie	8%	30%	26%	36%
banken	2%	13%	20%	65%
toeleveranciers	3%	17%	23%	57%
klanten	6%	33%	30%	32%
werknemers	8%	40%	28%	24%
concurrenten	1%	9%	17%	73%
familie	5%	30%	24%	41%
ondernemersvereniging	4%	23%	24%	49%
accountant	3%	17%	24%	55%
maatschappelijke organisaties	2%	10%	17%	71%
andere personen	1%	13%	27%	58%

Bron: EIM, 2007.

In totaal 2.667 respondenten hebben deze vragen beantwoord. Wanneer gekeken wordt naar de doelgroep blijven er 1.887 ondernemers over. Ook bij deze vraag is gekeken of een herweging naar grootteklasse invloed uitoefende op de uitkomsten zoals gepresenteerd in tabel 18. Dat bleek enigszins het geval te zijn. Vandaar dat de herwogen cijfers zijn weergegeven. Het aantal waarnemingen is dan 1.765.

Uit tabel 18 blijkt dat er in Nederland door externe partijen niet vaak wordt gevraagd naar wat MKB-ondernemers in hun bedrijf aan maatschappelijk verantwoord ondernemen doen. Ook 'soms' praten over wat bedrijven doen aan mvo komt niet veel voor. Opvallend in tabel 18 is dat 65% van de ondernemers aangeeft dat banken nooit vragen naar de mvo-activiteiten die men uitvoert. Uit tabel 18 blijkt dat de werknemers, klanten, brancheorganisaties, gemeenten en familie nog het meest geïnteresseerd zijn in de mvo-activiteiten die de bedrijven uitvoeren.

7.3 Eisen aan leveranciers

Tot slot is in dit blok aan de respondenten de volgende vraag voorgelegd: 'Stelt uw bedrijf eisen aan uw toeleverancier op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen (bijvoorbeeld hoe ze omgaan met het milieu of hoe de producten worden gemaakt)?'. Tabel 19 laat de resultaten zien.

Tabel 19 Eisen stellen aan toeleveranciers

	<i>internetenquête</i> (<i>n</i> = 1.957)
ja	35%
nee	58%
weet niet	7%

Bron: EIM, 2007.

In totaal 2.743 respondenten hebben deze vragen beantwoord. Wanneer gekeken wordt naar de doelgroep blijven er 1.957 ondernemers over.¹

Eisen stellen aan toeleveranciers over maatschappelijk verantwoord ondernemen doet ongeveer een derde van de MKB-ondernemers. Nadere analyse leert dat degenen die uit de landbouwsector komen, de groothandel en de bouw vaker eisen stellen aan hun toeleveranciers. Financiële dienstverleners stellen het minst vaak eisen aan hun toeleveranciers.

7.4 Conclusie

Zelf praten over wat je bedrijf allemaal aan maatschappelijk verantwoord ondernemen doet, komt weinig voor. Vragen naar wat bedrijven aan maatschappelijk verantwoord ondernemen doen komt ook nog niet veel voor.

Gemiddeld over alle 13 genoemde organisaties wordt in 73% van de gevallen door de bedrijfsomgeving zelden of nooit gevraagd naar de activiteiten van de bedrijven. Met andere woorden, er lijkt momenteel geen mentale druk van buitenaf te bestaan om MKB-bedrijven (verder) aan te zetten tot het doen van maatschappelijk verantwoord ondernemen.

¹ Ook op deze vraag is gekeken of een herweging naar grootteklasse invloed uitoefende op de uitkomsten zoals gepresenteerd in tabel 19. Dat is niet het geval. Omdat het aantal ondernemers waarop de uitkomsten gebaseerd zijn dan afneemt tot 1.807 is besloten om de ongewogen uitkomsten weer te geven.

8 Redenen om (nog) niets aan mvo te doen

8.1 Inleiding

In hoofdstuk 6 zijn de redenen weergegeven waarom MKB-ondernemers maatschappelijk verantwoorde activiteiten uitvoeren. In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de redenen om (nog) niet dit soort activiteiten uit te voeren. Omdat in de enquête dit blok vragen voor het blok vragen kwam die in twee vorige hoofdstukken zijn besproken, zijn de aantallen ondernemers die de vragen hebben ingevuld groter.

8.2 We doen niet aan mvo, omdat....

Na het ordenen van de 30 activiteiten kregen de respondenten de volgende tekst te zien: *'U heeft zojuist aangegeven dat u [XX; per respondent aanpassen] van de gepresenteerde mvo-activiteiten NIET in uw bedrijf uitvoert. Deze activiteiten staan hieronder in verkorte vorm weergegeven. Kunt u globaal aangeven wat de belangrijkste redenen zijn waarom uw bedrijf de bovengenoemde mvo-activiteiten niet uitvoert?'*. Acht verschillende redenen werden random weergegeven. Tabel 20 laat het resultaat zien.

Tabel 20 Redenen om geen mvo-activiteiten uit te voeren

	<i>internetenquête (n = 1.957)</i>
past niet in de bedrijfsvoering	20%
past niet in de bedrijfsstrategie	13%
levert het bedrijf niets op	11%
kost (te) veel geld	10%
te weinig kennis in het bedrijf	10%
klanten vragen er niet om	8%
kost (te) veel tijd	7%
kost (te) veel moeite	4%
andere reden	17%
weet niet	2%

Bron: EIM, 2007.

In totaal 2.693 respondenten hebben deze vragen beantwoord. Wanneer gekeken wordt naar de drie selectiecriteria blijven er 1.992 ondernemers over.¹

¹ Ook op deze vraag is gekeken of een herweging naar grootteklasse invloed uitoefende op de uitkomsten zoals gepresenteerd in tabel 20. Dat is niet het geval. Omdat het aantal ondernemers waarop de uitkomsten gebaseerd zijn dan afneemt tot 1.744 is besloten om de ongewogen uitkomsten weer te geven.

Veel maatschappelijk verantwoorde activiteiten blijken vooral niet te worden uitgevoerd omdat ze niet passen in de bedrijfsvoering of in de bedrijfsstrategie (33%).

Geld, tijd, moeite en kennis zijn iets minder vaak de bottleneck qua uitvoering (in totaal 31%). Het feit dat klanten er niet naar vragen en het de verwachting is van de ondernemer dat het voor het bedrijf niets oplevert, wordt door 19% van de ondernemers genoemd als reden. Opvallend is dat er door 17% van de ondernemers een andere redenen werd gegeven waarom men de genoemde activiteiten niet uitvoert.

8.3 Wel plannen om aan mvo te gaan doen, maar ...

Op het scherm kregen de ondernemers de volgende tekst te zien: *'U gaf aan dat u VAN PLAN bent om [XX; per respondent aanpassen] van de gepresenteerde mvo-activiteiten in uw bedrijf te gaan uitvoeren'*. De vraag luidde vervolgens. *'Kunt u per mvo-activiteit aangeven wat de belangrijkste reden is waarom uw bedrijf deze activiteit momenteel nog niet uitvoert? Hieronder staan vijf mogelijke redenen.'* Tabel 21 geeft de resultaten.

Tabel 21 Redenen om nog niet activiteiten uit te voeren

	<i>internetenquête (n = 1.697)</i>
het kost te veel tijd	23%
er is te weinig kennis om ze uit te voeren	23%
het kost te veel geld	15%
het matcht niet in de bedrijfsvoering	10%
de klant vraagt er niet om	6%
andere redenen	23%

Bron: EIM, 2007.

In totaal 2.320 respondenten hebben deze vragen beantwoord. Wanneer gekeken wordt naar de drie selectiecriteria blijven er 1.697 ondernemers over.¹

Voor de overzichtelijkheid zijn hierboven alleen de totale uitkomsten weergegeven; een opsplitsing naar de 63 activiteiten geeft nauwelijks meerwaarde omdat de aantallen per activiteit soms erg klein zijn. Uit de geaggregeerde resultaten komt naar voren dat tijd en kennis de twee belangrijke obstakels vormen om mvo-activiteiten daadwerkelijk te gaan uitvoeren.

Ook hier geldt dat veel keer een 'andere reden' wordt gegeven waarom de betreffende mvo-activiteiten nog niet worden uitgevoerd.

¹ Ook op deze vraag is gekeken of een herweging naar grootteklasse invloed uitoefende op de uitkomsten zoals gepresenteerd in tabel 21. Dat is niet het geval. Omdat het aantal ondernemers waarop de uitkomsten gebaseerd zijn dan afneemt tot 1.503 is besloten om de ongewogen uitkomsten weer te geven.

8.4 Conclusie

Veel maatschappelijk verantwoorde activiteiten blijken in het MKB niet te worden uitgevoerd omdat ze niet passen in de bedrijfsvoering. Geld, tijd, moeite en kennis zijn minder vaak de bottleneck qua uitvoering. Op de vraag waarom sommige activiteiten nog niet worden uitgevoerd worden tijdgebrek en een gebrek aan kennis of ervaring veel genoemd. Opvallend is dat bij beide vragen veel 'andere redenen' worden genoemd. Blijkbaar wordt het (nog) niet uitvoeren van activiteiten bepaald door een breed palet van knelpunten.

9 Denkend aan de toekomst

9.1 Inleiding

Na de vragen over maatschappelijk verantwoord ondernemen kregen de ondernemers op het beeldscherm 12 maatschappelijke vraagstukken te zien. Aangegeven werd dat deze vraagstukken geselecteerd waren uit een lijst van meer dan 50 vraagstukken die op dit moment, of in de toekomst, in Nederland en in de wereld actueel zijn (zie bijlage V voor een complete lijst van de maatschappelijke vraagstukken).

Gevraagd werd of de ondernemers eerst de vier maatschappelijke vraagstukken wilden aanvinken die volgens hen voor de ontwikkeling van hun bedrijf het MINST belangrijk waren. Vervolgens moesten ze uit de overgebleven acht vraagstukken de vier aanvinken die volgens hen voor de ontwikkeling van hun bedrijf het MEEST belangrijk waren. In de vraagstelling werd de zinsnede 'voor de ontwikkeling van uw bedrijf' overigens onderlijnd. Dit om te voorkomen dat ze de 12 vraagstukken als betrokken burger zouden ordenen.

9.2 Ordening maatschappelijke vraagstukken

De vraag over de maatschappelijke vraagstukken is ook in de nazomer van 2006 aan ondernemers in het grote MKB gesteld. Wanneer die ondernemers gecombineerd worden met de ondernemers die deze vraag in de mvo-enquête hebben beantwoord, ontstaat een bruto database met 5.176 ondernemers.

In tabel 22 is de top-20 van maatschappelijke vraagstukken weergegeven die door de 5.176 ondernemers zijn geselecteerd als zijnde het meest belangrijk voor de ontwikkeling van hun bedrijf. Elk vraagstuk is gemiddeld 1.058 keer voorgelegd aan deze groep van ondernemers. In de derde kolom van tabel 22 is de rangorde weergegeven van de 1.946 ondernemers die de vraag in de mvo-enquête hebben beantwoord. Aan deze groep is elk vraagstuk gemiddeld 426 keer voorgelegd. In de laatste kolom is weergegeven of het vraagstuk betrekking heeft op het milieu (planet), sociaal van aard is (people) of gericht is op de economie (profit).

Wat opvalt in tabel 22 is dat de bovenste vijf vraagstukken alle op Nederland gericht zijn. De eerste twee vraagstukken hebben te maken met de kwaliteit van het onderwijs in Nederland. Dit wordt door de ondernemers als zeer belangrijk gezien voor de ontwikkeling van hun bedrijf. Een betrouwbare gas-, water- en elektriciteitsvoorziening en een vermindering van de files worden ook veelvuldig genoemd.

Tabel 22 De 20 meest genoemde maatschappelijke vraagstukken

	<i>bruto database</i> (<i>n = 5.176</i>)	<i>internetenquête</i> (<i>n = 1.946</i>)	<i>Triple</i> <i>P</i>
Dat de kwaliteit van het onderwijs in Nederland hoger zal zijn.	1	1	Pe
Dat Nederland blijft meetellen in de wetenschap en techniek.	2	3	Pr
Dat de nutsvoorziening in Nederland in de toekomst betrouwbaar blijft.	3	2	Pr
Dat de files in Nederland afnemen.	4	4	Pr
Dat de belastingen in Nederland worden verlaagd.	5	5	Pr
Dat de overheidsfinanciën in de toekomst beter op orde zullen zijn.	6	7	Pr
Dat bedrijven steeds beter kunnen concurreren met het buitenland.	7	6	Pr
Dat er zuiniger wordt omgaan met de olie-/gasvoorraden op de wereld	8	8	Pr
Dat de werkloosheid in Nederland vermindert.	9	11	Pe
Dat de betrouwbaarheid van de Nederlandse overheid toeneemt.	10	9	Pe
Dat de oudedagsvoorzieningen in de toekomst goed geregeld blijft.	11	17	Pe
Dat de normvervaging in Nederland vermindert.	12	10	Pe
Dat er meer wordt gedaan aan de bestrijding van criminaliteit.	13	14	Pe
Dat bedrijven hun verantwoordelijkheid nemen als het gaat om mvo.	14	15	PI
Dat wetten en regels beter worden nageleefd in Nederland.	15	12	Pe
Dat de gezondheidszorg in Nederland verbetert.	16	13	Pe
Dat we in Nederland werk, zorg en vrije tijd beter kunnen verdelen.	17	16	Pe
Dat er voldoende en betaalbare woningen/bedrijfspanen zijn.	18	-	Pr
Dat we in de toekomst in Nederland meer inkomenszekerheid hebben.	19	19	Pr
Dat we in de toekomst geen last zal hebben van het broeikas-effect.	20	18	PI
Dat we bij het consumeren meer rekening houden met het milieu.	-	20	PI

Bron: EIM, 2007.

In de top-20 komen uiteindelijk drie maatschappelijke vraagstukken voor die te maken hebben met het milieu. Het gaat in de bovenstaande lijst in tabel 22 voornamelijk om economische en sociaal getinte onderwerpen.

Op zich is de ordening in tabel 22 niet verrassend omdat veel ondernemers hun lijst van 12 vraagstukken hebben geordend met in hun achterhoofd het belang voor hun bedrijf. Dat de files in Nederland afnemen is voor de ontwikkeling van de meeste bedrijven op korte termijn belangrijker dan dat we in de toekomst geen last meer zullen hebben van het broeikas-effect.

De nationale vraagstukken op korte termijn winnen het bij de ondernemers van de internationale vraagstukken op lange termijn. Zo komen in de bovenstaande lijst 18 vraagstukken voor die gericht zijn op Nederland en twee die gericht zijn op de wereld.

9.3 Wereldbeelden

Aan het einde van de internetenquête zijn de respondenten ten slotte vier wereldbeelden voorgelegd. De tekst op het beeldscherm luidde: 'Tot slot ziet u hierna vier mogelijke ontwikkelingsrichtingen voor Nederland in de nabije toekomst. Zou u de begeleidende tekst en fotocollages goed willen bekijken? Daarna vragen wij u aan te geven welke richting u voor de ontwikkeling van uw bedrijf als het meest gunstig ziet. We vragen u om 100 punten te verdelen over de 4 ontwikkelingsrichtingen.'

De vier ontwikkelingsrichtingen of wereldbeelden waren:

A1: De prestatie maatschappij: voor een vrije markt, meer economische groei en ruimte voor ondernemerschap (de mondiale markt in figuur 1)

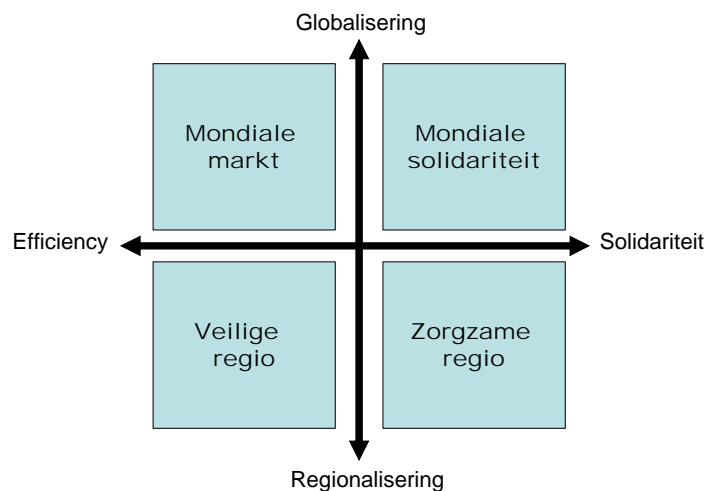
A2: De besloten en veilige samenleving: bescherming van onze concurrentiepositie en cultuur (veilige regio)

B1: Internationale en nationale solidariteit: internationale regulering, gelijkmatige economische groei en eerlijke verdeling van rijkdom in de wereld (mondiale solidariteit)

B2: De zorgzame regio: gemeenschapszin is belangrijk met accent op lokale en regionale samenleving en regulering (zorgzame regio).

De vier wereldbeelden sluiten aan bij het scenariowerk dat door het MNP is verricht ten behoeve het IPCC, het internationale panel voor klimaatonderzoek. De vier scenario's zijn consistente doorvertalingen van samenhangende maatschappelijke ontwikkelingen. Deze maatschappelijke ontwikkelingen zijn door het IPCC beschreven vanuit het perspectief van *globalisering* versus *regionalisering* en een oriëntatie op *efficiëntie* dan wel *solidariteit*.

Figuur 1 Vier ontwikkelingsrichtingen



Bron: MNP, 2004.

Om te onderzoeken in hoeverre burgers zich herkennen in deze ontwikkelingsrichtingen zijn de IPCC-scenario's vertaald in vier aansprekende wereldbeelden. Deze zijn inhoudelijk consistent en neutraal beschreven in een aansprekende taal en werden ondersteund door foto's en trefwoorden.

9.4 A1: de prestatie maatschappij

De vraag over de wereldbeelden is behalve in deze enquête ook in de zomer van 2005 onder ondernemers in het grote MKB afgenomen. Wanneer de ondernemers die deze vraag beantwoord hebben, worden gecombineerd met de ondernemers die deze vraag in de mvo-enquête hebben beantwoord, ontstaat een bruto database met 5.554 ondernemers.

In tabel 23 is in de tweede en derde kolom weergegeven voor welk wereldbeeld de groep van 5.554 ondernemers opteert, en hoeveel punten men gemiddeld aan de vier wereldbeelden geeft. In de vierde en vijfde kolom is de situatie weergegeven van de 1.913 ondernemers die aan de mvo-enquête hebben deelgenomen en die tot de doelgroep van het grote MKB behoren.

Uitgangspunt bij de procentuele verdeling in tabel 23 is dat aangenomen is dat de ondernemer het wereldbeeld waaraan hij/zij de meeste punten toekent als meest gunstig ziet voor de ontwikkeling van het bedrijf. Wanneer twee of meer wereldbeelden een gelijk aantal punten kregen van de ondernemer is in de enquête gevraagd welk wereldbeeld of ontwikkelingsrichting men als het meest gunstig zag voor de ontwikkeling van het bedrijf. In tabel 23 zijn deze geforceerde keuzes in de frequentieverdeling meegenomen. Met andere woorden, uiteindelijk gaf 48% van de 1.913 ondernemers de voorkeur aan wereldbeeld A1. Tussen haakjes is onderaan de tabel weergegeven hoeveel procent van de ondernemers in eerste instantie een gelijk aantal punten gaf aan 2 of meer wereldbeelden.

Tabel 23 Keuze voor een wereldbeeld

	<i>bruto database (n = 5.554)</i>		<i>internetenquête* (n = 1.913)</i>	
	<i>%</i>	<i>punten</i>	<i>%</i>	<i>punten</i>
A1: Prestatiemaatschappij	46%	34,0	48%	34,8
A2: Veilige samenleving	14%	19,6	12%	18,8
B1: Internationale solidariteit	24%	24,8	26%	25,7
B2: Zorgzame regio	16%	21,7	14%	20,7
(Geen keuze)	(19%)		(17%)	

* Een herweging van deze resultaten levert niet wezenlijk andere uitkomsten op: 34,4 punten voor Wb1, 18,9 punten voor Wb2, 25,7 punten voor Wb3 en 20,9 punten voor Wb4. Daarom is afgezien om in deze twee kolommen van de tabel de gewogen uitkomsten te presenteren.

Bron: EIM, 2007.

Uit tabel 23 blijkt dat wereldbeeld 1, de prestatie maatschappij, het populairst is onder de ondernemers. In beide gevallen gaat gemiddeld meer dan een derde van de te verdelen punten naar dit wereldbeeld toe. Na wereldbeeld A1 gaan de meeste punten naar wereldbeeld B1, internationale solidariteit. Hier gaat gemiddeld een kwart van het aantal te verdelen punten naartoe. Wereldbeelden A2 en B2, de veilige en zorgzame regio, volgen op afstand.

Het MNP hanteert in haar publicaties een andere berekeningswijze van de wereldbeeldenvoorkeur, dan in tabel 23 is gehanteerd¹. Daarbij wordt gebruik gemaakt van de eigenschap dat het A1 scenario diametraal staat tegenover B2 en A2 tegenover B1. De punten die door de respondenten aan B2 zijn gegeven kunnen daarmee afgetrokken worden van de punten die aan A1 zijn gegeven. Hetzelfde geldt voor A2 en B1. Zo kan voor één respondent een netto voorkeur voor maximaal twee wereldbeelden worden berekend, waarbij rekening gehouden wordt met de mate van voorkeur. (Zie voor een uitgebreide verantwoording Aalbers et al. (2006) Indien de netto voorkeur wordt gebruikt als maat voor de preferentie voor een wereldbeeld hebben de respondenten van de internetenquête als volgt gekozen: A1: 43%, A2: 17%, B1: 32%, B2: 15%.

9.5 Conclusie

Wanneer MKB-ondernemers wordt gevraagd naar de maatschappelijke vraagstukken die voor de ontwikkeling van hun bedrijf het meest belangrijk zijn, denkt men vooral aan economisch getinte vraagstukken dicht bij huis. Het milieu is in een dergelijke situatie even minder belangrijk.

Hetzelfde doet zich voor bij een keuze uit vier wereldbeelden. Men kiest vooral het wereldbeeld dat het beste is voor de economische ontwikkeling van zijn bedrijf.

¹ Aalbers, Theo (ed.), Kees Vringer, Hans Visser, Dick Nagelhout, Eric Drissen (MNP), Dieter Verhue (Veldkamp), Ellen Hessing, Julie Visser, Raymond Ross, Truus de Boer, Martine Bos (TNS-NIPO), Albert Reuling (Reuling Research) (2006) Waardenoriëntaties, wereldbeelden en maatschappelijke vraagstukken: Verantwoording van het opinieonderzoek voor de Duurzaamheidsverkenning 'Kwaliteit en Toekomst. Rapportnummer: 550031002/2006. MNP, Bilthoven.

10 Tussen denken en doen

10.1 Inleiding

Zoals in hoofdstuk 2 al aan de orde is gekomen, wenst het Milieu- en Natuurplanbureau (MNP) inzicht te krijgen in de mate waarin het vertoonde maatschappelijk verantwoorde gedrag van ondernemers samenhangt met hoe deze ondernemers denken over de toekomst, zowel qua wereldbeelden als qua maatschappelijke vraagstukken.

In dit hoofdstuk wordt getracht een verband tussen deze drie grootheden te leggen. Hiertoe is een selectie gemaakt van die ondernemers die zowel de vraag over het mvo-gedrag hebben beantwoord als de vragen over de wereldbeelden en de maatschappelijke vraagstukken. In totaal gaat het dan om 1.674 ondernemers.

10.2 De drie bouwstenen

In tabel 24 is de rangorde weergegeven van de maatschappelijk verantwoorde activiteiten die door de groep van 1.674 ondernemers het meest worden uitgevoerd. Deze ordening verschilt nauwelijks met die in tabel 9.

Tabel 24 De 20 meest uitgevoerde mvo-activiteiten (n= 1.674)

	<i>aandeel</i>
01. Mannen en vrouwen voor gelijke prestaties gelijk belonen	92%
02. Parttime werken is mogelijk in bedrijf	89%
03. Bij voorkeur medewerkers uit de regio aannemen	87%
04. Werknemers medeverantwoordelijkheid geven voor de bedrijfsactiviteiten	86%
05. Door juist gebruik bedrijfsmiddelen het onderhoud ervan verminderen	83%
06. Streven naar meer samenwerking en integratie op de werkvloer	81%
07. Werknemers hebben invloed op het indelen van hun werk	80%
08. Proberen aan de ambities van de werknemers tegemoet te komen	79%
09. De betalingstermijnen gesteld door de leveranciers hanteren	76%
10. Beschikken over een klachtenprocedure en daar ook iets mee doen	74%
11. Klanten meer garantie, service en reparatie aanbieden dan verplicht	72%
12. Regelmatig met de leveranciers de samenwerking evalueren	71%
13. Maatregelen nemen om de hoeveelheid bedrijfsafval te verkleinen	70%
14. Flexibele arbeidstijden zijn mogelijk in bedrijf	70%
15. Maatregelen nemen om de levensduur van de producten te verlengen	69%
16. Onderwerp milieu zo nu en dan ter sprake laten komen op werkoverleg	68%
17. Het gebruik van gas, elektriciteit en (auto)brandstof verminderen	67%
18. De lokale economie stimuleren door bijvoorbeeld lokaal in te kopen	67%
19. De transportbewegingen van het bedrijf verminderen	64%
20. Het bedrijfsafval meer gescheiden aanleveren dan wettelijk verplicht is	62%

Bron: EIM, 2007.

In tabel 25 is voor deze groep van ondernemers weergegeven welk wereldbeeld men het meest wenselijk acht voor de ontwikkeling van zijn bedrijf. De uitkomsten van tabel 25 komen sterk overeen met die in tabel 23: wereldbeeld A1 is verreweg het populairst.

Tabel 25 Keuze voor een wereldbeeld

	<i>internetenquête (n = 1.674)</i>	
	<i>%</i>	<i>punten</i>
A1: Prestatiemaatschappij	40%	34,5
A2: Veilige samenleving	9%	18,6
B1: Internationale solidariteit	22%	26,2
B2: Zorgzame regio	11%	20,7
Geen keuze	17%	

Bron: EIM, 2007.

Tot slot is in tabel 26 weergegeven welke maatschappelijke vraagstukken de groep van 1.674 ondernemers belangrijk vindt voor de ontwikkeling van zijn bedrijf. Deze tabel vertoont veel overeenkomsten met de eerdere tabel over maatschappelijke vraagstukken.

Tabel 26 De 20 meest genoemde maatschappelijke vraagstukken (n= 1.674)

-
01. Dat in de toekomst de kwaliteit van het onderwijs in Nederland hoger zal zijn
 02. Dat de nutsvoorzieningen in de toekomst even betrouwbaar blijven als nu
 03. Dat Nederland in de toekomst blijft meetellen in de wetenschap en techniek
 04. Dat de files in Nederland afnemen
 05. Dat de belastingen in Nederland worden verlaagd
 06. Dat bedrijven in de toekomst beter kunnen concurreren met buitenlandse bedrijven
 07. Dat de overheidsfinanciën in Nederland in de toekomst beter op orde zullen zijn
 08. Dat er zuiniger wordt omgegaan met de olie- en gasvoorraden op de wereld
 09. Dat de betrouwbaarheid van de Nederlandse overheid toeneemt
 10. Dat de normvervaging in Nederland vermindert
 11. Dat de werkloosheid in Nederland vermindert
 12. Dat wetten en regels beter worden nageleefd in Nederland
 13. Dat er meer wordt gedaan aan de bestrijding van criminaliteit in Nederland
 14. Dat de gezondheidszorg in Nederland verbetert
 15. Dat bedrijven op de wereld hun verantwoordelijkheid nemen als het gaat om mvo
 16. Dat we minder stress krijgen en werk, zorg en vrije tijd beter kunnen verdelen
 17. Dat de oudedagsvoorzieningen in Nederland in de toekomst goed geregeld blijven
 18. Dat wereld in de toekomst geen last zal hebben van het broeikaseffect
 19. Dat we bij het consumeren in Nederland meer rekening houden met het milieu
 20. Dat we in de toekomst in Nederland meer inkomenszekerheid hebben
-

Bron: EIM, 2007.

10.3 Een confrontatie

Uit de drie voorgaande tabellen komt een beeld naar voren van ondernemers in het grote MKB die veel maatschappelijk verantwoorde activiteiten uitvoeren, die nauwelijks gerelateerd zijn aan de maatschappelijke vraagstukken die men belangrijk vindt voor de ontwikkeling van zijn bedrijf. Er blijkt een 'gapend gat' te zijn tussen wat men als ondernemers belangrijk vindt (denken) en wat men er via mvo-gedrag aan doet (doen).

Een vergelijking van de ordeningen in de tabellen 24 en 26 laat zien dat er op zijn best twee verbanden te onderkennen zijn: één op het gebied van het verlagen van de stress van de werknemers door werk, zorg en vrije tijd beter te verdelen (mvo-activiteiten 4 en 12 in tabel 24) en één op het gebied van het afnemen van de files in Nederland (mvo-activiteiten 3, 14 en 19 in tabel 24). De keuze voor wereldbeeld A1 komt overigens beter overeen met de rangorde van de maatschappelijke vraagstukken.

Nu moet wel bedacht worden dat verschillende maatschappelijke vraagstukken die in de top-20 voorkomen door individuele bedrijven niet beïnvloed kunnen worden. In zoverre is het geringe verband dat gevonden wordt tussen denken en doen niet verrassend te noemen.

BIJLAGE I De vragenlijst

Welkom

Er is nog relatief weinig bekend over de wijze waarop ondernemers zoals u, in hun bedrijf omgaan met maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Voor de overheid is het belangrijk om hier meer inzicht in te krijgen. Beleidsmakers zullen de resultaten van het onderzoek ook gebruiken bij het formuleren van nieuw beleid.

De vragenlijst bestaat uit verschillende onderdelen. Begonnen wordt met enkele algemene vragen over maatschappelijk verantwoord ondernemen. Vervolgens wordt u een aantal activiteiten op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen voorgelegd, met de vraag of u deze in uw bedrijf uitvoert. Hierna volgen enkele algemene vragen over maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Aan het eind van deze vragenlijst wordt u gevraagd naar enkele bedrijfsgegevens - zoals het aantal personen dat u in dienst heeft - die nodig zijn om de representativiteit van de resultaten vast te kunnen stellen.

Bij het testen van deze vragenlijst kwam naar voren dat ondernemers gemiddeld 10 minuten nodig hadden om de vragen te beantwoorden.

V01

Hoe bekend bent u met het begrip maatschappelijk verantwoord ondernemen of (kortweg) mvo?

- Goed bekend
- Redelijk bekend
- Nauwelijks bekend
- Niet bekend

V02

Welke drie aspecten geven de essentie van maatschappelijk verantwoord ondernemen het beste weer? [U kunt maximaal drie aspecten aanvinken.]

- Voldoen aan de huidige wetten en regels
- Een milieuvriendelijke bedrijfsvoering
- Een rechtvaardig personeelsbeleid
- Het verbeteren van het bedrijfsimago
- Ondersteunen van lokale verenigingen
- Transparant zijn over de bedrijfsvoering
- Bij beslissingen een afweging maken tussen bedrijfsbelang, milieu en maatschappij
- Donaties geven aan goede doelen
- Eisen stellen aan de toeleveranciers
- Weet niet/wil niet zeggen

V03

Wilt u de onderstaande zin afmaken?'De meeste bedrijven die aan maatschappelijk verantwoord ondernemen doen, doen dat volgens mij omdat

- dat Loont (levert meer op dan dat het kost)
- dat Moet (wordt door de maatschappij geëist)
- dat Hoort (zelf verantwoording nemen voor milieu en maatschappij)
- dat Past (je komt er niet onderuit als je wilt concurreren)
- Weet niet/wil niet zeggen

V04

Hoe zou u de houding van het management van uw bedrijf ten aanzien van maatschappelijk verantwoord ondernemen het beste omschrijven?

- Zeer positief
- Positief
- Tamelijk positief
- Neutraal
- Tamelijk negatief
- Negatief
- Zeer negatief
- Weet niet/wil niet zeggen

BLOK 2

U krijgt nu 30 maatschappelijk verantwoorde activiteiten te zien. Deze worden in twee groepen van 15 gepresenteerd. Omdat deze activiteiten willekeurig uit een set van meer dan 60 activiteiten zijn getrokken - die betrekking hebben op alle sectoren in het MKB - kan het voorkomen dat sommige van de gepresenteerde activiteiten niet voor uw bedrijf van toepassing zijn. Daarvoor bij voorbaat onze excuses.

V05

Wilt u per mvo-activiteit aangeven of uw bedrijf die momenteel uitvoert (WEL), of dat uw bedrijf dat van plan is die in de toekomst te gaan uitvoeren (VAN PLAN), of dat uw bedrijf die activiteit niet uitvoert en dat ook niet van plan is (NIET)?

V06A

U heeft zojuist aangegeven dat u {XX} van de gepresenteerde mvo-activiteiten niet in uw bedrijf uitvoert. Deze activiteiten staan hieronder in verkorte vorm weergegeven.

Kunt u globaal aangeven wat de belangrijkste redenen zijn waarom uw bedrijf de bovengenoemde mvo-activiteiten niet uitvoert? Maximaal drie antwoorden mogelijk.

- Kost (te) veel geld
- Kost (te) veel tijd
- Kost (te) veel moeite
- Past niet in de bedrijfsvoering
- Past niet in de bedrijfsstrategie
- De klanten vragen er niet om
- Het levert het bedrijf niets op
- Er is hiervoor te weinig kennis/vaardigheden in het bedrijf

- Andere reden
- Weet niet/wil niet zeggen

V07

Kunt u die andere reden(en) hieronder kort omschrijven?

V08A

U gaf aan dat u van plan bent om {XX} van de gepresenteerde mvo-activiteiten in uw bedrijf te gaan uitvoeren. Kunt u per mvo-activiteit aangeven wat de belangrijkste reden is waarom uw bedrijf deze activiteit momenteel nog niet uitvoert? Hieronder staan vijf mogelijke redenen:

- Het kost te veel tijd
- Het kost te veel geld
- Er is te weinig kennis/ervaring om ze uit te voeren
- Het matcht niet in de bedrijfsvoering
- De klant/afnemer (etc.) vraagt er niet om
- Andere reden

Kunt u per mvo-activiteit aangeven welke belemmering de belangrijkste is? De activiteiten die u van plan bent om uit te gaan voeren worden hierna in de tabel in verkorte vorm nogmaals weergegeven.

V08B

Kunt u die andere reden(en) hieronder kort omschrijven?

V09A

U heeft aangegeven dat uw bedrijf {XX} van de gepresenteerde mvo-activiteiten momenteel wel uitvoert.

Kunt u per mvo-activiteit aangeven waarom uw bedrijf deze momenteel uitvoert? Is het omdat het loont (levert meer op dan het kost), omdat het moet (wordt door de maatschappij geëist), omdat het hoort (zelf verantwoording nemen voor milieu en maatschappij) of omdat het past (je komt er niet onderuit als je wilt concurreren)?

V09B

Kunt u die andere reden(en) hieronder kort omschrijven?

V08

Kunt u aangeven hoeveel uur per week het uw bedrijf kost om de onderstaande {XX} activiteiten uit te voeren?

- 0 uur
- Minder dan 1 uur
- 1-4 uur
- 5-8 uur
- Meer dan 8 uur
- Levert tijd op
- Weet niet/wil niet zeggen

V09

Kunt u een precieze schatting geven van het aantal uur per week dat uw bedrijf hieraan besteedt?

V10

Kunt u ook globaal aangeven hoeveel omzet het uw bedrijf kost om de onderstaande {XX} activiteiten uit te voeren?

- Kost geen omzet
- Een te verwaarlozen deel van de omzet
- 1 tot 2% van de omzet
- 2 tot 4% van de omzet
- 4 tot 6% van de omzet
- 6% of meer van de omzet
- Levert geld op
- Weet niet/wil niet zeggen

V11

Kunt u een precieze schatting geven hoeveel procent van de omzet van uw bedrijf het u kost?

V12

Welke voordelen leveren de {XX} door uw bedrijf uitgevoerde mvo-activiteiten concreet op? Deze activiteiten staan hieronder in verkorte vorm weergegeven. [Maximaal 3 antwoorden mogelijk]

- Lagere bedrijfskosten
- Meer omzet
- Meer tevreden klanten
- Gemotiveerder personeel
- Beter bedrijfsimago
- Goed voor milieu en natuur
- Goed voor de maatschappij
- Betere omgang met stakeholders
- Ander voordeel, namelijk:
- Weet niet/wil niet zeggen

V12A

Hiervoor hebben wij u 30 maatschappelijk verantwoorde activiteiten voorgesteld. Het is goed mogelijk dat uw bedrijf nog andere maatschappelijk verantwoorde activiteiten ontplooit of wil gaan ontplooien. Zou u die hieronder kort willen omschrijven?

BLOK 3**V20**

Hoe bewust gaat uw bedrijf om met maatschappelijk verantwoord ondernemen?

- Zeer bewust
- Bewust

- Tamelijk bewust
- Niet zo bewust
- Helemaal niet bewust
- Weet niet/wil niet zeggen

V16

In hoeverre praat u met klanten of leveranciers over wat uw bedrijf aan maatschappelijk verantwoorde activiteiten onderneemt?

- Vaak
- Soms
- Zelden
- Nooit
- Weet niet/wil niet zeggen

V16B

In hoeverre praat u met de overheid of andere belangenorganisaties over wat uw bedrijf aan maatschappelijk verantwoorde activiteiten onderneemt?

- Vaak
- Soms
- Zelden
- Nooit
- Weet niet/wil niet zeggen

V17

En in hoeverre praat u met werknemers over wat uw bedrijf aan maatschappelijk verantwoorde activiteiten onderneemt?

- Vaak
- Soms
- Zelden
- Nooit
- Weet niet/wil niet zeggen
- Geen werknemers in dienst

V19

Stelt uw bedrijf eisen aan uw toeleveranciers op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen (bijvoorbeeld hoe ze omgaan met het milieu of hoe de producten worden gemaakt)?

- Ja
- Nee
- Weet niet/wil niet zeggen

V18

Hieronder staan verschillende instanties of personen waarmee MKB-ondernemers in hun bedrijfsvoering te maken hebben. Kunt u aangeven hoe vaak ze van uw bedrijf willen weten wat uw bedrijf aan maatschappelijk verantwoord ondernemen doet? (vaak, soms, zelden, nooit, n.v.t., weet niet)

- Gemeente
- Regionale en nationale overheidsinstanties
- Brancheorganisatie
- Banken
- Toeleveranciers
- Klanten
- Werknemers
- Concurrenten
- Familie
- Ondernemersvereniging
- Accountant (boekhouder)
- Maatschappelijke organisaties (Amnesty, Greenpeace etc.)
- Andere instanties/personen

V18A

Wilt u die andere instanties/personen hieronder omschrijven?

BLOK 4

U krijgt zo dadelijk 12 maatschappelijke vraagstukken te zien. Deze zijn geselecteerd uit een lijst van meer dan 50 vraagstukken die op dit moment, of in de toekomst, in Nederland en in de wereld actueel zijn.

Ik wil u eerst vragen om de vier maatschappelijke vraagstukken aan te vinken die volgens u voor de ontwikkeling van uw bedrijf het minst belangrijk zijn. Vervolgens wil ik u vragen om uit de overgebleven acht maatschappelijke vraagstukken er vier aan te vinken die volgens u voor de ontwikkeling van uw bedrijf het meest belangrijk zijn.

V20B

Welke vier van de hier genoemde maatschappelijke vraagstukken zijn voor de ontwikkeling van uw bedrijf het minst belangrijk?

V20C

Welke vier van de hier genoemde maatschappelijke vraagstukken zijn voor de ontwikkeling van uw bedrijf het meest belangrijk?

BLOK 5

V23

Hoeveel werknemers had uw bedrijf (of deze vestiging) in 2006 in dienst?

- Geen werknemers in dienst
- 1 tot 5 werknemers in dienst
- 5 tot 10 werknemers in dienst
- 10 tot 20 werknemers in dienst
- 20 tot 50 werknemers in dienst
- 50 tot 100 werknemers in dienst
- 100 of meer werknemers in dienst
- Weet niet/wil niet zeggen

V26

In welke van de onderstaande sectoren past uw bedrijf - qua bedrijfsvoering - het best?

- Landbouw
- Industrie
- Bouw
- Transport
- Communicatie
- Detailhandel
- Groothandel
- Horeca
- Financiële dienstverlening
- Zakelijke dienstverlening
- Persoonlijke dienstverlening
- Openbaar bestuur (gemeenten, rijk en provincie)
- Onderwijs
- Gezondheid en welzijnszorg
- Anders, namelijk
- Weet niet/wil niet zeggen

V22

Hoeveel jaar bestaat uw bedrijf (of deze vestiging)?

- Minder dan 2 jaar
- 2 tot 5 jaar
- 5 tot 10 jaar
- 10 tot 20 jaar
- 20 of meer jaar
- Weet niet/wil niet zeggen

V24

Wat is de juridische rechtsvorm van uw bedrijf (of deze vestiging)?

- Eenmanszaak
- Maatschap
- Vennootschap onder firma (VOF)
- Commanditaire vennootschap (CV)
- Naamloze vennootschap (NV)
- Besloten vennootschap (BV)
- Stichting
- Coöperatie
- Anders, namelijk
- Weet niet/wil niet zeggen

V27

Wilt u voor de onderstaande aspecten aangeven of deze van toepassing zijn op uw bedrijf?

Exporteert uw bedrijf goederen naar het buitenland (ook EU)?

Importeert uw bedrijf goederen uit het buitenland (ook EU)?

Beschouwt u uw bedrijf als een familiebedrijf?

- Ja
- Nee
- Weet niet

V28

Wat is uw geslacht?

- Man
- Vrouw
- Geen antwoord

V28B

Wat is uw geboortejaar?

V25

Wat is uw functie binnen het bedrijf (of deze vestiging)? Wilt u de omschrijving kiezen die het beste bij uw functie past?

- Eigenaar of ondernemer
- (Algemeen) directeur
- Bedrijfsleider of filiaalmanager
- (Midden)management
- Medewerker
- Anders, namelijk
- Wil niet zeggen

V29

Wat is uw hoogst voltooide opleiding?

- Universiteit
- HBO (HEAO/HTS enz.)
- HAVO/HBS/VWO/Lyceum/Gymnasium
- MBO (MEAO/MTS enz.)
- MAVO/MULO/VMBO
- LBO (LEAO/LTS/LHNO enz.)
- Lager onderwijs
- Wil niet zeggen

V30

Op welke politieke partij heeft u gestemd bij de Tweede Kamerverkiezingen van 22 november 2006?

- CDA
- PvdA
- SP
- VVD
- Partij voor de Vrijheid (Geert Wilders)
- GroenLinks
- ChristenUnie
- D66

- Partij voor de Dieren
- SGP
- Andere politieke partij
- Blanco gestemd
- Niet gestemd
- Wil niet zeggen

BLOK 6

Tot slot ziet u hierna vier mogelijke ontwikkelingsrichtingen voor Nederland in de nabije toekomst. Zou u de begeleidende tekst en fotocollages goed willen bekijken (de foto's kunt u vergroten door erop te klikken)? Daarna vragen wij u aan te geven welke richting u voor de ontwikkeling van uw bedrijf als het meest gunstig ziet.

- De prestatimaatschappij: voor een vrije markt, meer economische groei en ruimte voor ondernemerschap.

Financiële prestaties en aandeelhouderstevredenheid zijn bepalend voor het succes van een onderneming. Het is belangrijk dat onze concurrentiepositie zich blijft versterken, zodat het Nederlandse bedrijfsleven bij de wereldtop blijft horen. Concurrentie verhoogt de kwaliteit en zorgt voor scherpe prijzen, doelmatigheid, technologische vernieuwing en innovatie. Vrij verkeer van kapitaal, arbeid, goederen en diensten is belangrijk voor ons in de EU en voor ontwikkelingslanden. De WTO speelt een belangrijke rol in het vormgeven van de vrije handelsstromen over de hele wereld. De EU breidt zich verder uit naar het oosten. Het bedrijfsleven kan zich het beste ontwikkelen als de overheid zich beperkt tot het noodzakelijke en de rest aan de markt overlaat. Overheidsvoorzieningen als openbaar vervoer, gezondheidszorg, nutsbedrijven en onderwijs worden zo veel mogelijk geprivatiseerd. De sociale lasten voor werkgevers worden verregaand afgebouwd, die regelt iedere werknemer voor zichzelf. De lonen zijn vrij. Goede werknemers worden goed betaald, want goed personeel zorgt voor een concurrerende positie. De inkomensverschillen tussen laag- en hoogopgeleiden zijn wel groter dan nu. Voor problemen worden technologische oplossingen gevonden en kennisontwikkeling is daarvoor belangrijk. Om de productiviteit te verhogen gaat de pensioengerechtigde leeftijd omhoog en gaan we langer werken.

- De besloten en veilige samenleving: bescherming van onze concurrentiepositie en cultuur.

Onze veiligheid, welvaart en een leefbare samenleving in Nederland staan centraal. De Verenigde Staten zijn de belangrijkste en meest betrouwbare handelspartner voor Europa. De EU breidt zich niet verder uit. Hoe bedrijven in het buitenland te werk gaan interesseert ons niet zo. De eisen worden immers bepaald door de omstandigheden en concurrentie in het buitenland. De politiek moet een open oor hebben om de belangen van ondernemers en burgers te dienen. We zijn trots op onze industrie. De overheid biedt bescherming tegen ongewenste overnames en concurrentie uit het buitenland en tegen onveiligheid en criminaliteit in de buurt. Bedrijven verwachten een krachtig en duidelijk beleid van de overheid; gedogen is er niet meer bij. Het betalen van belastingen en tarieven moet voor bedrijven wel iets opleveren. De concurrentie dwingt bedrijven om steeds doelmatiger te gaan

produceren. Arbeid wordt zo veel mogelijk vervangen door machines en software. Ontslagprocedures worden versoepeld. De dure verzorgingsstaat is niet meer van deze tijd, waardoor de hoge sociale lasten op arbeid kunnen worden afgebouwd. Sociale voorzieningen zijn erop gericht om mensen zo snel mogelijk weer aan het werk te krijgen, zodat ze weer voor zichzelf kunnen zorgen.

- *Internationale en nationale solidariteit: internationale regulering, gelijkmatige economische groei en eerlijke verdeling van rijkdom in de wereld.* Ondernemen is meer dan winst maken; het gaat om people, planet en profit. De Europese Unie en de Verenigde Naties spelen een belangrijke rol in de wereld. De EU breidt verder uit, wordt slagvaardiger en er wordt intensief samengewerkt met andere landen in de wereld. Maatschappelijke problemen als veiligheid, honger, en milieu worden in internationale samenwerking aangepakt. Onderwijs en R&D worden gecoördineerd op EU-niveau. Bedrijven zijn zich bewust van hun maatschappelijke verantwoordelijkheid. Free-riders worden door de overheid, NGO's en maatschappelijke organisaties hierop gecontroleerd en aangesproken. Een gelijkmatigere verdeling van de welvaart in Nederland staat centraal, maar ook met de rest van de wereld is de solidariteit hoog. De overheid vervult hierbij een belangrijke rol. De arbeidsmarkt is flexibeler dan nu. De lonen zijn goed maar wel gelijkmatiger verdeeld. Kennisontwikkeling staat niet alleen ten dienste van innovatie en economische ontwikkeling, maar ook voor oplossingen van maatschappelijke problemen. Collectieve sociale voorzieningen zijn gericht op solidariteit en vormen een belangrijk maatschappelijk vangnet, maar zijn wel iets soberder dan nu.

- *De zorgzame regio: gemeenschapszin is belangrijk met accent op lokale en regionale samenleving en regulering.*

Vertrouwen, verantwoordelijkheid en samenwerking zijn kernbegrippen voor het Nederlandse bedrijfsleven. De Nederlandse productie is voornamelijk gericht op ons eigen land en op de landen om ons heen. Er is een markt voor regionale producten. Kwaliteit is belangrijker dan goedkope bulkproductie en steeds weer nieuwe producten. De Europese Unie breidt niet verder uit en haar rol in de lidstaten is beperkt. De EU staat te ver van ons af. Hoe bedrijven in het buitenland opereren, valt buiten onze invloedssfeer. Zorg voor een goed leefklimaat in eigen land is een gezamenlijke verantwoordelijkheid van overheid, burgers en bedrijven. Ondernemers voelen zich verantwoordelijk voor hun medewerkers en andersom. Het handhaven van de werkgelegenheid bij de bedrijven en het op peil houden van het inkomen van werknemers is belangrijk. De overheid speelt hierbij een sterk regulerende rol. Dit leidt wel tot hogere belastingtarieven en sociale lasten. Er is sprake van een lagere arbeidsparticipatie en men stelt zich tevreden met een relatief laag consumptieniveau.

V35

We willen graag van u weten hoe Nederland zich vanuit uw bedrijf in de komende 20 jaar bij voorkeur zou moeten ontwikkelen. Welk toekomstbeeld past daar volgens u het beste bij? We vragen u om 100 punten te verdelen over de 4 toekomstbeelden. U bent vrij om de punten te verdelen en mag natuurlijk ook 100 punten aan één toekomstbeeld geven.

V36

U heeft een gelijk aantal punten toegekend aan de onderstaande ontwikkelingsrichtingen. Zou u hieronder willen aangeven welke van deze de belangrijkste is?

AFSLUITING**V37**

Graag sturen wij u na afronding van dit onderzoek de onderzoeksresultaten toe.

Wanneer u deze wilt ontvangen en mee wil dingen naar de verloting van de PALM TREO Smartphones verzoeken wij u onderstaande gegevens in te vullen. Als u dit niet wilt, dan kunt u de betreffende vakjes leeg laten.

Dit waren onze vragen. Om uw antwoorden definitief op te slaan kunt u op 'Volgende' klikken.

BIJLAGE II Resultaten testenquête

Geachte heer/mevrouw,

U spreekt met van het Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf. Ik bel u in verband met de internetenquête over maatschappelijk verantwoord ondernemen die u kort geleden heeft ingevuld. Wij zouden graag uw mening over deze vragenlijst willen weten. Kan ik u hierover een paar korte vragen stellen?

SAMENVATTING VRAGENLIJST

- BLOK 1:** Vier algemene vragen over maatschappelijk verantwoord ondernemen.
- BLOK 2:** De ondernemers wordt gevraagd om 30 maatschappelijk verantwoorde activiteiten in drie groepen in te delen. Per groep worden daarna enkele vragen gesteld.
- BLOK 3:** Zes algemene vragen over maatschappelijk verantwoord ondernemen.
- BLOK 4:** 12 maatschappelijke vraagstukken in drie groepen indelen.
- BLOK 5:** 12 algemene bedrijfs- en persoonsgegevens.
- BLOK 6:** Vier wereldbeelden worden uitgebreid beschreven met de vraag hoeveel punten elk wereldbeeld krijgt

Vraag 1.

Vond u de internetenquête over het algemeen moeilijk of gemakkelijk te beantwoorden?

[ANTWOORDEN]

- *Over het algemeen eenvoudig, maar sloot vaak niet aan op mijn bedrijfstak. En dan wordt er toch verwacht dat je iets invult.*
- *Deels gemakkelijk, deels moeilijk. De antwoordmogelijkheden sluiten niet altijd aan bij wat je er over wil zeggen. Soms te zwart-wit.*
- *Gemakkelijk.*
- *Zeer moeilijk, niet eenduidig. Vragen lijken te veel op elkaar zodat ik me steeds moest afvragen wat willen ze nu.*
- *Gemakkelijk ook al was het niet altijd relevant.*
- *Niet echt moeilijk.*
- *Toch wel lastig, moest over veel zaken echt even goed nadenken.*

Vraag 2.

Hoe lang bent u er mee bezig geweest?

[ANTWOORDEN]

- *15; 30; 10; 50; 10; 20; 15 minuten*

Vraag 3.

Begreep u alle vragen in de enquête?

[ANTWOORDEN]

- *Over het algemeen duidelijk*
- *Merendeel wel, soms moest ik dingen wel een paar keer lezen om de vraag goed tot me te laten doordringen. Ongeveer 10 tot 15% van de vragen was niet zo duidelijk*
- *Ja*
- *Begreep het uiteindelijk wel, soms na meerdere keren doorlezen*
- *Begreep de vragen wel*
- *Uiteindelijk wel*
- *Ja wel*

Vraag 4.

De enquête begon met 4 algemene vragen over maatschappelijk verantwoord ondernemen. Wat is uw oordeel over dit onderdeel van de vragenlijst?

[ANTWOORDEN]

- moeilijk (2) - gemakkelijk (5)
- begrijpelijk (7) - onbegrijpelijk
- leuk (2) - saai (5)

- *niets nieuws (saai)*
- *na een aantal keren herhalen (begrijpelijk)*
- *redelijk moeilijk daar ik mij er niet zo vaak mee bezig hou (moeilijk)*

Vraag 5.

Vervolgens werden u 30 maatschappelijk verantwoorde activiteiten voorgesteld.

Waren deze activiteiten helder geformuleerd?

[ANTWOORDEN]

- *Op zich wel*
- *Wel helder, maar veel te lang*
- *Ja*
- *Helder genoeg*
- *Ja*
- *Ja*
- *Op zich wel*

Snapte u de strekking ervan?

[ANTWOORDEN]

- *Was duidelijk*
- *Ja*
- *Ja*
- *Voor 80% het gevoel in een bepaalde richting te worden gestuurd*
- *Ja*
- *Redelijk*
- *Ja*

Vond u het moeilijk om ze in te delen?

[ANTWOORDEN]

- *Behoorlijk lastig daar het niet altijd relevant is*
- *Ja, want veel van deze zaken zijn niet relevant voor mijn bedrijf*
- *Nee*
- *Ten dele*
- *Nee*
- *Behoorlijk lastig*
- *Vergt even nadenken*

Waren het er te veel of genoeg?

[ANTWOORDEN]

- *Voldoende*
- *Redelijk veel*
- *Te veel.*
- *Genoeg.*
- *Veel sluiten niet aan*
- *Te veel*
- *Te veel*

Wat is uw totale oordeel over dit onderdeel van de vragenlijst?

[ANTWOORDEN]

- *Veel onderwerpen en lastig omdat veel zaken niet van toepassing zijn op ons bedrijf*
- *Het is allemaal zo theoretisch en te veel*
- *Voor ons relevant*
- *Was een duidelijk blok. Ook hier weer jammer dat je beperkt kunt antwoorden*
- *Veelal geen aansluiting op bedrijfstak*
- *Te veel, zou allemaal compacter moeten*
- *Heeft niet altijd betrekking op ons bedrijf en dat maakt het lastig. Veelal te algemeen.*

Vraag 6

Had u moeite met de vragen die daarna volgden, over waarom u de mvo-activiteiten wel of niet uitvoerde?

[ANTWOORDEN]

- *Het type vraag maakt het lastig om nuance aan te brengen. Je zou meer moeten kunnen invullen. Graag meer antwoordmogelijkheden.*
- *Hier had ik geen moeite mee, was niet lastig*
- *Geen moeite*
- *Geen moeite*
- *Best wel moeite mee daar veel zaken niet relevant zijn voor ons bedrijf en ik dus steeds een vertaalslag moest leveren naar de dagelijkse praktijk*
- *Viel wel mee*
- *Daar had ik wel moeite mee. Een aantal van de genoemde zaken kunnen zelfs niet door ons uitgevoerd worden.*

Vraag 7

In het derde blok vragen kwamen weer algemene vragen over maatschappelijk verantwoord ondernemen aan bod. Wat vond u van deze vragen?

[ANTWOORDEN]

- moeilijk (2) - gemakkelijk (5)
- begrijpelijk (7) - onbegrijpelijk
- leuk (2) - saai (5)

- *beetje moeilijk (moeilijk)*
- *daar wordt in de praktijk met niemand over gesproken (moeilijk)*
- *gemakkelijke vragen, antwoord formuleren was lastiger (gemakkelijk)*

Vraag 8

Wat vond u van de 12 maatschappelijke vraagstukken die u moest indelen naar minst belangrijk en meest belangrijk?

[ANTWOORDEN]

- moeilijk (6) - gemakkelijk (1)
- begrijpelijk (7) - onbegrijpelijk
- leuk (3) - saai (4)

- *VEEL !!! (moeilijk)*
- *Veel te moeilijk, niet te doen (moeilijk)*
- *Na vaker doorlezen (begrijpelijk)*
- *Moest het een aantal keren opnieuw lezen (moeilijk)*
- *Na meerdere keren lezen (begrijpelijk)*
- *Een beetje dubbelzinnig (moeilijk)*
- *Gaat het om een zakelijke of persoonlijke mening. Wat wil men weten (begrijpelijk).*
- *Niet scherp genoeg (saai)*
- *Omdat het niet relevant is voor mijn bedrijf (moeilijk)*
- *Beetje lastig (moeilijk)*

Vraag 9

Wat vond u ten slotte van de vier wereldbeelden die via fotocollages en tekst werden aangeboden? Hebt u alles gelezen en heeft u de foto's bekeken?

[ANTWOORDEN]

- *In grote lijnen, niet in detail*
- *Ja, heb ik gedaan*
- *Niet in detail*
- *Nee*
- *Nee, globaal bekeken*
- *Nee*
- *Ja, helemaal*

Wat vond u van deze vraag?

- *Op zich wel leuk maar te tijdrovend*
- *Dat vergde te veel tijd, daar had ik geen zin meer in en bovendien geen belangstelling voor*
- *Leuk idee*
- *Niet prettig. Gevoel dat je niet kwijt kan wat je wilt zeggen. En dat het geen dat je kan antwoorden zodanig wordt gestuurd dat er al een beleidsmaker gereed zit om daarop in te spelen. Veel te zwart-wit*

- *Dit soort wereldbeelden kan je niet zo scherp scheiden*
- *Dat was een heel leuk onderdeel en daar begon ik pas te denken wat wil ik nou eigenlijk zelf.*
- *Geen idee, heb ik helemaal overgeslagen*

Vraag 10

Mijn laatste vraag: wanneer u iets aan de vragenlijst zou mogen veranderen, wat zou dat dan zijn?

- *Wat vind je belangrijk voor je bedrijfsvoering. Veel zaken spelen bij ons helemaal niet. Maakt het vaak lastig en onduidelijk.*
- *Stel alles niet zo zwart-wit en geef ruimte door bijvoorbeeld sommige vragen de mogelijkheid te geven dat wij niet alleen via een lijst kunnen antwoorden. Bijvoorbeeld: hoe ziet u dit vraagstuk? Dus hou het meer open.*
- *Minder lang en minder uitgebreid*
- *Maak het niet zo lang maar maak het aanzienlijk korter en overzichtelijker. Een korte lijst ben je eerder geneigd serieus in te vullen. Bij een lange lijst vul je maar gauw een paar punten in om er sneller vanaf te zijn. En dan heeft het wellicht minder waarde.*
- *Veel korter. Wanneer een lijst zo lang is, is het lastig om je te blijven concentreren.*
- *Zou het niet weten. Ik doe dit soort dingen altijd plichtsmatig en denk er verder niet meer over na.*
- *Veel minder lang. Compact*

BIJLAGE III Non-responsonderzoek

INTRO

Goedemorgen/-middag/-avond mevrouw/mijnheer, u spreekt met van het Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf. Wij zouden graag een vraaggesprek met u voeren in verband met een onderzoek naar wat ondernemers in het MKB beweegt. Is het mogelijk om dit gesprek te voeren?

Vraag 02

Mag ik u vragen waarom niet?

- 1: nee, wil niet zeggen
- 2: ik heb geen tijd
- 3: ik doe niet mee aan telefonische interviews
- 4: nog anders, te weten: ...
- 5: weet niet

Vraag 03

Hoeveel werknemers zijn er bij u in dienst?

Zijn dat er...

- 1: Geen werknemers in dienst
- 2: 1 tot 5 werknemers
- 3: 5 tot 10 werknemers
- 4: 10 tot 50 werknemers
- 5: 50 tot 100 werknemers
- 6: 100 of meer werknemers
- 7: weet niet/w.n.z.

Vraag 04

In welke sector past uw bedrijf wat betreft bedrijfsvoering het beste?

Is dat als ...

- 1: landbouw
- 2: industrie
- 3: bouw
- 4: groothandel
- 5: detailhandel of reparatiesector
- 6: horeca
- 7: transport of reisbureaus
- 8: communicatie
- 9: financiële instellingen
- 10: zakelijke dienstverlening
- 11: persoonlijke dienstverlening
- 12: gezondheid en welzijnszorg
- 13: openbaar bestuur
- 14: onderwijs
- 15: nog anders, te weten...
- 16: weet niet/w.n.z.

Vraag 05

Hoe bekend bent u met het begrip maatschappelijk verantwoord ondernemen?

Bent u hiermee ...

- 1: goed bekend
- 2: redelijk bekend
- 3: nauwelijks bekend
- 4: niet bekend
- 5: weet niet/w.n.z.

Vraag 06A

Ik noem u 4 aspecten van maatschappelijk verantwoord ondernemen.
Kunt u aangeven welke daarvan volgens u het beste dit begrip weergeeft?

Enq.: ÉÉN ANTWOORD MOGELIJK

- 1: voldoen aan de huidige wetten en regels
- 2: een rechtvaardig personeelsbeleid
- 3: ondersteunen van lokale verenigingen
- 4: bij beslissingen een afweging maken tussen bedrijfsbelangen, milieu en maatschappij
- 5: weet niet/wil niet zeggen

Als Vraag 06A is 5 dan door naar Vraag 07

Vraag 06B

En welk aspect geeft daarna volgens u het best de essentie van maatschappelijk ondernemen weer?

Enq.: LEES EVENTUEEL WEER OP

- 1: voldoen aan de huidige wetten en regels
- 2: een rechtvaardig personeelsbeleid
- 3: ondersteunen van lokale verenigingen
- 4: bij beslissingen een afweging maken tussen bedrijfsbelangen, milieu en maatschappij
- 5: GEEN meer van deze
- 6: weet niet/wil niet zeggen

Als Vraag 06B is 5 of 6 dan door naar Vraag 07

Vraag 06C

En welke van twee overgebleven aspecten geeft daarna het best de essentie van maatschappelijk ondernemen weer?

Enq.: LEES EVENTUEEL WEER OP

- 1: voldoen aan de huidige wetten en regels
- 2: een rechtvaardig personeelsbeleid
- 3: ondersteunen van lokale verenigingen
- 4: bij beslissingen een afweging maken tussen bedrijfsbelangen, milieu en maatschappij
- 5: GEEN meer van deze
- 6: weet niet/wil niet zeggen

Vraag 07

Hoe zou u de houding van het management van uw bedrijf ten aanzien van maatschappelijk verantwoord ondernemen het beste omschrijven?

Is dat ...

- 1: zeer positief
- 2: positief
- 3: tamelijk positief
- 4: neutraal
- 5: tamelijk negatief
- 6: negatief
- 7: zeer negatief
- 8: weet niet/w.n.z.

Vraag 08

Voert uw bedrijf momenteel 1 of meerdere activiteiten op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen uit?

- 1: ja
- 2: nee
- 3: weet niet/w.n.z.

Vraag 12

Heeft u in januari toevallig deelgenomen aan een internetenquête van ons Instituut over maatschappelijk verantwoord ondernemen?

- 1: ja
- 2: nee
- 3: weet niet/w.n.z.

Afsluiting

Dan waren dit al mijn vragen. Ik dank u hartelijk voor uw medewerking aan dit onderzoek.

Ik wens u een prettige dag/avond.

BIJLAGE IV 63 mvo-activiteiten

- Maatregelen nemen om de hoeveelheid bedrijfsafval te verkleinen
- Beschikken over een afvalpreventieactieplan
- De recyclebaarheid van producten in de ontwerpfase meenemen
- Door juist gebruik van bedrijfsmiddelen het onderhoud ervan verminderen
- Het bedrijfsafval meer gescheiden aanleveren dan wettelijk verplicht is
- Maatregelen nemen om de levensduur van de producten te verlengen
- Mannelijke en vrouwelijke werknemers voor gelijke prestaties gelijk belonen
- Toegankelijkheid van het bedrijf verbeteren voor specifieke groepen
- In het bedrijf groene stroom gebruiken
- Het gebruik van gas, elektriciteit en (auto)brandstof verminderen
- Maatregelen nemen om het waterverbruik van het bedrijf te verlagen
- Maatregelen nemen om het afvalwater van het bedrijf te verminderen
- Maatschappelijke groeperingen structureel sponsoren (met publiciteit)
- Vrijwilligerswerk van en door werknemers stimuleren
- Bedrijfsmiddelen ter beschikking stellen voor maatschappelijke groepen en activiteiten
- Structureel doneren aan milieu- of maatschappelijke groepen
- Kennis van het bedrijf ter beschikking stellen voor maatschappelijke groepen en activiteiten
- Het onderwerp milieu zo nu en dan ter sprake laten komen tijdens het werkoverleg
- Een coach of inwerkprogramma hebben voor nieuwe medewerkers
- Proberen aan de professionele ambities van de werknemers tegemoet te komen
- Werknemers inspraak geven op de milieuaspecten van bedrijfsprocessen
- Bij onvrijwillig vertrek van werknemers hen helpen bij het vinden van nieuw werk
- Schoonmaakmiddelen gebruiken met een milieukeurmerk
- Kantoor- en/of postpapier gebruiken met een milieukeurmerk
- Over een low NOx-verwarmingsketel beschikken met extra lage emissies
- Het gebruik van vluchtige organische stoffen vrijwillig vervangen door andere stoffen
- De afvalwaterzuivering van het bedrijf beter dan vereist laten functioneren
- De geluidsoverlast van het bedrijf meer verminderen dan wettelijk verplicht.
- De geuroverlast van het bedrijf meer verminderen dan wettelijk verplicht
- De transportbewegingen van het bedrijf verminderen
- Werknemers financieel steunen bij het aanschaffen van een 'fiets van de zaak'
- Klanten meer informatie geven over veilig gebruik van het product dan wettelijk verplicht
- Beschikken over een klachtenprocedure en daar ook iets mee doen
- Klanten meer garantie, service en reparatie aanbieden dan wettelijk verplicht
- De lokale economie stimuleren door bijvoorbeeld lokaal in te kopen
- Bij voorkeur medewerkers uit de regio aannemen

- De betalingstermijnen gesteld door de leveranciers hanteren
- Garant staan voor een bepaalde afname bij een leverancier
- Overleg voeren met de leverancier over de inkoopcriteria van grondstoffen
- Langlopende overeenkomsten met leveranciers afsluiten
- Regelmatig met de leveranciers de samenwerking evalueren
- Samen met leveranciers en afnemers nieuwe producten of diensten ontwikkelen
- Flexibele arbeidstijden zijn mogelijk in bedrijf
- Parttime werken is mogelijk in bedrijf
- Streven naar meer samenwerking en integratie op de werkvloer
- Werknemers regelmatig opleiding laten volgen op milieu-, inkoop-, strategie- en HRM-gebied
- Werknemers (mede)verantwoordelijkheid geven om de bedrijfsactiviteiten te verbeteren
- Werknemers hebben invloed op het indelen van hun werk
- Werknemers opleiden op het gebied van duurzame innovaties
- Regelmatig de medewerkertevredenheid meten en de uitkomsten ervan opvolgen
- Bij aankoop bedrijfsmiddelen rekening houden met de milieudruk tijdens exploitatiefase
- Maatregelen nemen om meer milieuvriendelijke hulp- en grondstoffen te gebruiken
- Bij nieuwbouw, renovatie of een verbouwing, 'duurzaam' bouwen
- Bij inkoop meer eisen stellen rondom gezondheid en veiligheid dan wettelijk verplicht.
- Het gebruik van gevaarlijke stoffen meer minimaliseren dan wettelijk verplicht
- Als bedrijf anticiperen op de komende milieuwetgeving
- Vrijwillig over een milieuregistratiesysteem beschikken
- Milieuonvriendelijke processen uitbesteden aan specialisten
- Vrijwillig over een milieubeleidsverklaring beschikken
- Van productlevering naar dienstlevering overgaan
- Maatregelen nemen om de procesvoering op het gebied van het milieu te verbeteren
- Actief inspanssen om met de branche een betere concurrentiepositie te bewerkstelligen
- De recyclebaarheid van de verpakkingen verbeteren

BIJLAGE V 53 maatschappelijke vraagstukken

- Dat er in de toekomst meer schoon drinkwater in ontwikkelingslanden zal zijn
- Dat door minder ontbossing (zeldzame) planten en dieren op de wereld in de toekomst blijven voortbestaan
- Dat de leefbaarheid in de buurt van het bedrijf verbetert
- Dat Nederland in de toekomst mooier zal zijn ingericht
- Dat de lawaaioverlast in mijn buurt afneemt
- Dat de vervuiling van zeeën, rivieren en meren op de wereld in de toekomst afneemt
- Dat er in Nederland iets wordt gedaan aan de vervuiling van de bodem door overbemesting
- Dat de luchtvervuiling in Nederland vermindert
- Dat vervuilde bodems in Nederland worden schoongemaakt
- Dat de wereld in de toekomst geen last zal hebben van het broeikaseffect
- Dat het gat in de ozonlaag in de toekomst kleiner wordt
- Dat natuurlijke planten en dieren op de wereld in de toekomst niet worden aangetast of verdrongen door genetisch veranderde planten en dieren
- Dat er in de toekomst meer natuur in Nederland zal zijn
- Dat we bij het consumeren in Nederland meer rekening houden met het milieu
- Dat de kwaliteit van het openbaar vervoer in Nederland verbetert
- Dat dieren in de Nederlandse (intensieve) veehouderij een beter bestaan krijgen
- Dat er in de toekomst minder mensen op de wereld lijden aan besmettelijke ziektes
- Dat er in de toekomst minder kinderarbeid op de wereld is
- Dat er in de toekomst minder armoede op de wereld is
- Dat er meer wordt gedaan aan de bestrijding van criminaliteit in Nederland
- Dat de dreiging van terrorisme en oorlog in de wereld afneemt
- Dat er in Nederland minder discriminatie naar ras, sekse, religie en geaardheid is
- Dat bewoners in mijn buurt minder langs elkaar heen leven
- Dat er in de toekomst meer mensen op de wereld kunnen lezen en schrijven en minimaal basisonderwijs krijgen
- Dat in de toekomst de kwaliteit van het onderwijs in Nederland hoger zal zijn
- Dat de betrouwbaarheid van de Nederlandse overheid toeneemt
- Dat de gezondheidszorg in Nederland verbetert
- Dat de voedselveiligheid in Nederland verbeterd wordt
- Dat er minder asielzoekers komen in Nederland
- Dat het verschil tussen arm en rijk in Nederland wordt verkleind
- Dat de werkloosheid in Nederland vermindert
- Dat we in Nederland minder stress krijgen en werk, zorg en vrije tijd beter kunnen verdelen
- Dat de oudedagsvoorzieningen van mensen in Nederland in de toekomst goed geregeld blijven
- Dat er in Nederland meer vrijwilligerswerk wordt gedaan

- Dat in de toekomst de mensenrechten wereldwijd minder worden geschonden
- Dat de normvervaging in Nederland vermindert
- Dat de kans op een ramp in Nederland kleiner wordt dan nu het geval is
- Dat wetten en regels beter worden nageleefd in Nederland
- Dat de overheidsfinanciën in Nederland in de toekomst beter op orde zullen zijn
- Dat de belastingen in Nederland worden verlaagd
- Dat er in de toekomst voldoende en betaalbare woningen en bedrijfspanden in Nederland zijn
- Dat de water-, gas- en elektriciteitsvoorziening in Nederland in de toekomst even betrouwbaar blijft als nu
- Dat er in de toekomst zuiniger wordt omgaan met de olie- en gasvoorraden op de wereld
- Dat Nederland in de toekomst zelf kan voorzien in voeding en energie voor zijn burgers en bedrijven
- Dat de files in Nederland afnemen
- Dat vrouwen en mannen in Nederland gelijke kansen hebben werk te vinden en promotie te maken
- Dat we meer gaan verdienen in Nederland
- Dat we in de toekomst in Nederland meer inkomenszekerheid hebben
- Dat er eerlijke prijzen worden betaald voor producten uit ontwikkelingslanden
- Dat Nederlandse bedrijven in de toekomst steeds beter kunnen concurreren met bedrijven uit het buitenland
- Dat bedrijven op de wereld hun verantwoordelijkheid nemen als het gaat om maatschappelijk verantwoord produceren
- Dat Nederland in de toekomst blijft meetellen in de wetenschap en techniek door investeringen in het onderwijs
- Dat er meer wordt gedaan aan de bestrijding van honger op de wereld