



Hoe duurzaam zijn de bedrijfsactiviteiten van Fiducie's klanten?

*- Rapport met duurzaamheidsscan van klantportfolio
van financieel-strategisch bureau Fiducie -*

Onderzoek door

Arabella van Aartrijk -
Van Donkergroen tot Diepblauw

In opdracht van

Nico Verzijden - Fiducie

Illustraties door

Janna Kool - Janna Kool Visuals

Fiducie)



Vlnr: Zohra Badloe, Karin Lucas, Nico Verzijden en Kyra Andriese.

Foto: Wilma van de Hel

Fiducie

Missie van Fiducie

Fiducie (financieel duurzaam in de circulaire wereld) ondersteunt de startende en groeiende ondernemer in de duurzame sector. De missie van Fiducie is het verstevigen van de organisatie van de ondernemer zodat die beter uit de verf komt, gebruikmakend van zijn/haar eigen expertise, die van de omgeving en in het netwerk. Daarbij komen financieel en duurzaam samen, cijfers en idealen, werkelijkheid en droom.

Duurzaamheid van Fiducie

Nico Verzijden: "In al mijn werkzaamheden probeer ik duurzame aspecten te verwerken. Daarvoor houd ik mijzelf op de hoogte van de ontwikkelingen op het gebied van duurzame bedrijfsvoering."

Essentieel aan Fiducie is de analyse en de ondersteuning van en het advies aan het kleinbedrijf. In het onderzoek dat de ondernemer achter Fiducie, Nico Verzijden, in 2015 uitvoerde naar de mogelijkheden van een duurzame bedrijfsvoering voor kleine adviesbureaus staat als eerste stap "bepaal wat essentieel (materieel) is in je bedrijf".



Nico Verzijden

"Bij het werk van Fiducie speelt internet en online communicatie een belangrijke rol. Bij het kiezen van een webhosting blijkt het in de praktijk lastig te zijn om zeker te weten of deze ook écht duurzaam is. Mijn huidige webhosting is hierover eerlijk en is zich ervan bewust dat het belangrijk is om verantwoord te leven en te ondernemen. Voor de uitwisseling en online opslag van bestanden kon ik geen groene aanbieder vinden, maar Mega sprong er duidelijk uit op het gebied van privacy. Kantoomateriaal gebruik ik tot nu toe weinig en dan nog vooral hergebruikt materiaal. Kantoor houden doe ik voornamelijk aan mijn bureau thuis. Reizen doe ik slechts met het openbaar vervoer, per fiets of te voet. Bankieren doet Fiducie bij Triodos."

Duurzaamheidsscan

Duurzaam ondernemen

Duurzaam ondernemen is bij alle bedrijfsbeslissingen zowel een hoger bedrijfsrendement nastreven als de kansen benutten voor een beter milieu en meer welzijn van de medewerkers en de maatschappij. Een bedrijf kan zich daarbij onderscheiden met activiteiten die een stap verder gaan dan waartoe de wet verplicht vanuit maatschappelijke betrokkenheid van een toekomstgerichte visie.

Duurzaamheidsscan

In dit document wordt de uitkomst van een duurzaamheidsscan weergegeven. Deze scan is uitgevoerd op een selectie van 20 bedrijven uit in totaal 71 bedrijven uit het klantportfolio van Fiducie. Deze twintig bedrijven droegen in 2019 het meeste bij aan de omzet. Het rapport is opgesteld door Arabella van Aartrijk, oprichter van de onderneming Van Donkergroen tot Diepblauw.

Bij het opstellen van het rapport is de volgende werkwijze gehanteerd:

- klanten van Fiducie zijn ingedeeld op economische (hoofd)activiteit op basis van SBI-code
- de klanten zijn verdeeld op basis van SBI-code en -sectie
- de klanten hebben een score gekregen aan de hand van de scorekaart met MVO-pijlers
- de mate van duurzame bedrijfsactiviteiten is bepaald
- per klant zijn de duurzaamheidsdimensies bepaald: zijn deze activiteiten gericht op people, planet of beide?
- het klantportfolio is verdeeld naar de mate van duurzaamheid
- het duurzaam aandeel klantportfolio op basis van SBI-sectie is berekend
- klantverdeling en duurzame bijdrage in relatie tot de omzet

Dit document beantwoordt de vragen:

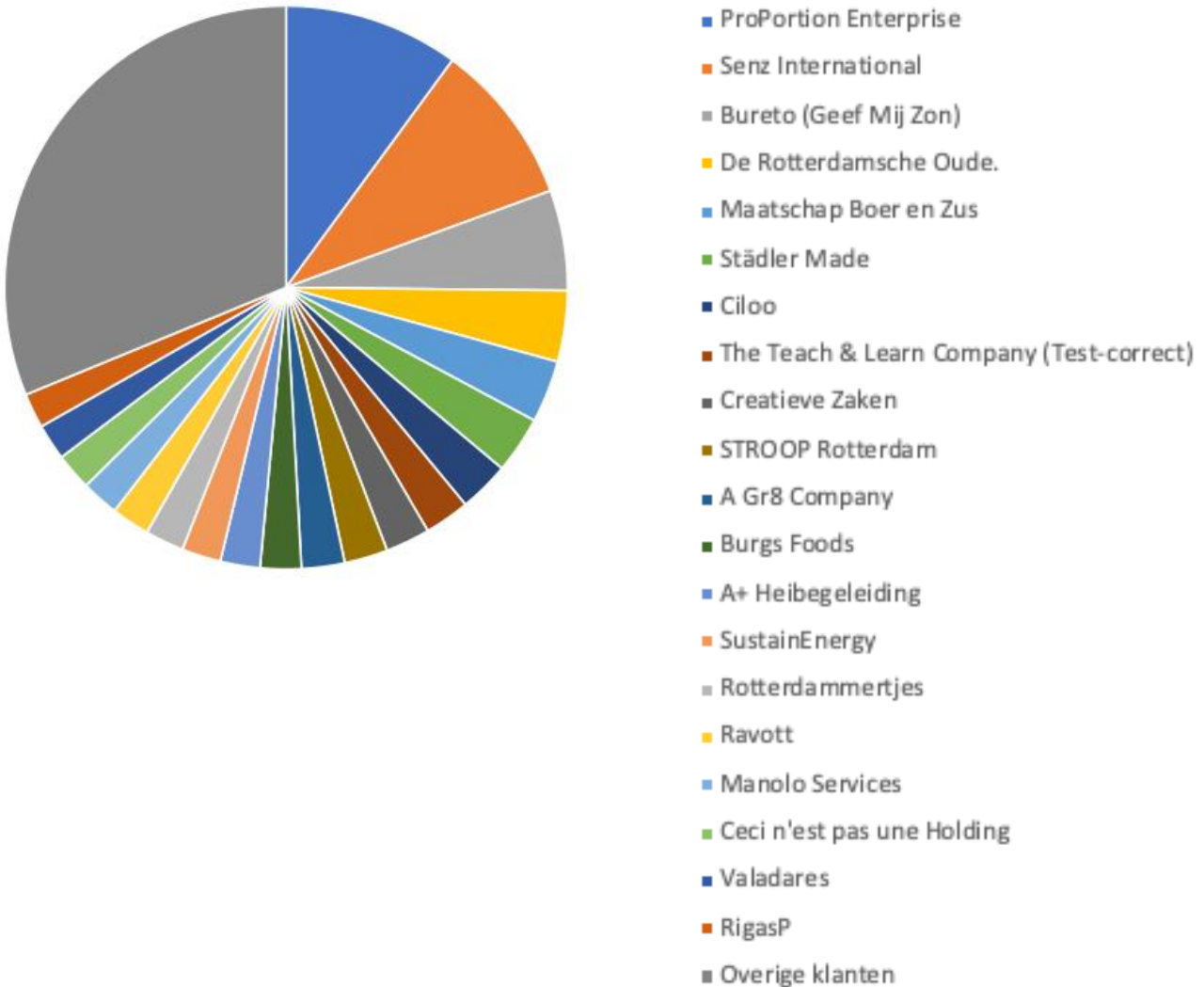
- waarop baseer je de duurzaamheid van bedrijfsactiviteiten?
- in hoeverre zijn de relaties en de klanten van Fiducie gericht op duurzaamheid?
- op welke aspecten van duurzaamheid zijn de bedrijfsactiviteiten gericht?
- zijn de organisaties duurzaam op procesniveau?
- welk (intern) proces speelt hierbij voornamelijk een rol?

Hoofdvraag

Het doel van dit document is antwoord op de vraag: In welke mate zijn de bedrijfsactiviteiten van het klantportfolio van Fiducie duurzaam?

Klantportfolio van Fiducie

Fiducie werkt in opdracht van bedrijven, zelfstandigen en ideële organisaties uit de duurzame en sociale sector. Het klantportfolio waarvoor de bedrijfsactiviteiten in kaart zijn gebracht:



('Overige klanten' vertegenwoordigen 31% van het totaal)

De activiteiten van deze bedrijven en hun positionering

Naam	Positionering
ProPortion Enterprise	Proportion is a global human-centered design agency. Research, design and prototype new innovations that have a positive impact on people's lives. Areas of work: Youth employment, Women empowerment, gender inequality, Health & Safety, Food security & climate.
Senz International	Designing and selling sustainable longlasting umbrellas, to reduce massive unsustainable waste
Bureto (Geef Mij Zon)	Advies en installatie zonnepanelen
De Rotterdamsche Oude.	Rotterdamsche Oude producten, pakketten en cadeaus
Maatschap Boer en Zus	Stadsboerderij, Zelfoogsttuin, Educatie, Dagbesteding, Vrijwilligerswerk
Städler Made	Outdoor cooking products
Ciloo	Web development company, with teams working in Germany, India, Malta Mexico, Pakistan.
The Teach & Learn Company (Test-correct)	The Teach & Learn Company is een innovatief bedrijf in de educatieve branche, helpen onderwijsinstellingen om het leerrendement van hun studenten te verhogen en de werkdruk van docenten te verlagen.
Creatieve Zaken	Corporate story(telling) en positionering, logo & huisstijl, online & offline communicatiemiddelen.
STROOP Rotterdam	Duurzame, culinaire stroopwafel
A Gr8 Company	Advies in MVO ondernemen
Burgs Foods	Snackproductie m.b.v. duurzame eiwitbronnen, zoals krekels en sprinkhanen, die zonder ons milieu te belasten een groeiende bevolking kunnen voeden.
A+ Heibegleiding	A+ Heibegleiding is gespecialiseerd in het verlenen van heibegleiding. Bieden fysiek toezicht bij alle soorten funderingspalen, gericht op de reguliere controles en het voorkomen van afwijkingen en vertragingen.
SustainEnergy	Consultancy, Ventures and Education for Dutch energy and large-scale energy transition projects
Rotterdammertjes	Duurzaam geproduceerd Rotterdams snoepje
Ravott	Koffie op locatie, barista, workshop, webshop
Manolo Services	Salarisadministratie
Ceci n'est pas une Holding	Holding sustainable (urban) transformation companies and projects
Valadares	Entrepreneur and CEO dedicated to stop climate disruption by building companies with a purpose. Adviser to entrepreneurs, designers, foundations, and grassroots organizations to reach impact at scale.
RigasP	Management Consultant and Digital Architect, connector, blogger

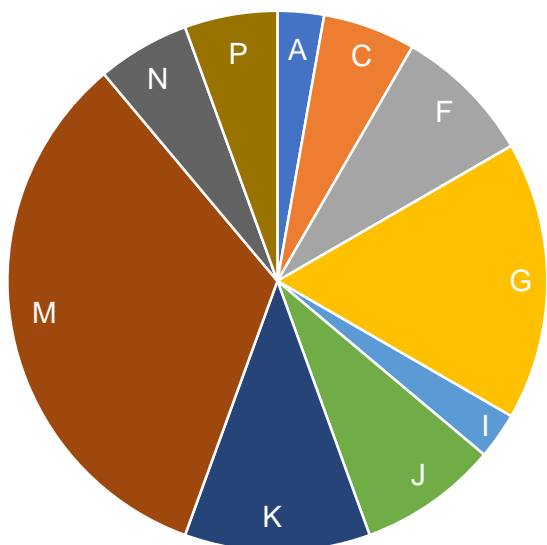
Indeling activiteiten

De Standaard Bedrijfsindeling (SBI) is een hiërarchische indeling van economische activiteiten die het CBS onder meer gebruikt om bedrijfseenheden in te delen naar hun hoofdactiviteit. Met de SBI wordt de economie onderverdeeld in categorieën, het biedt een indeling van alle economische (hoofd)activiteiten, ofwel alle op de productie van goederen of diensten gerichte activiteiten.

Klantindeling naar sectie

SBI	#
A. Landbouw, bosbouw en visserij	1
C. Industrie	2
F. Bouwnijverheid	3
G. Groot- en detailhandel; reparatie van auto's	6
I. Logies-, maaltijd- en drankverstrekking	1
J. Informatie en communicatie	3
K. Financiële instellingen	4
M. Advisering, onderzoek en overige specialistische zakelijke dienstverlening	12
N. Verhuur van roerende goederen en overige zakelijke dienstverlening	2
P. Onderwijs	2
Totaal aantal categorieën	36

De twintig klanten en hun economische hoofdactiviteit(en)



- A. Landbouw, bosbouw en visserij
- C. Industrie
- F. Bouwnijverheid
- G. Groot- en detailhandel; reparatie van auto's
- I. Logies-, maaltijd- en drankverstrekking
- J. Informatie en communicatie
- K. Financiële instellingen
- M. Advisering, onderzoek en overige specialistische zakelijke dienstverlening
- N. Verhuur van roerende goederen en overige zakelijke dienstverlening
- P. Onderwijs

MVO en toekomstigbestendigheid

Wat is maatschappelijk verantwoord ondernemen?

De basis onder maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO)¹, ook wel Corporate Social Responsibility (CSR) of duurzaam ondernemen, is een juiste balans tussen economische doelstellingen (Profit), sociale randvoorwaarden (People) en ecologische randvoorwaarden (Planet), in afstemming met belangstellenden (stakeholders) van het bedrijf.

People

Hierbij gaat het zowel om mensen binnen als buiten de onderneming: medewerkers, consumenten, klanten, leveranciers en de maatschappij of samenleving als geheel. Hoe voorziet de organisatie in de behoeften van mensen en hoe gaat zij met hun belangen om? Veel voorkomende onderwerpen op de People-dimensie zijn gezondheid en veiligheid op de werkplek, scholing, leefbaar loon, arbeidsrechten, arbeidsomstandigheden, mensenrechten.

Planet

Hoe gaat de organisatie om met de milieueffecten die zij veroorzaakt? Veel voorkomende onderwerpen op de Planet-dimensie zijn de gevolgen van productieproces en gebruik van materialen voor lucht, water, bodem en biodiversiteit. Ook thema's als CO2-compensatie, afval en hergebruik en duurzame mobiliteit vallen onder de dimensie Planet.

Profit

Winst maken is wezenlijk onderdeel van bedrijfsvoering en nodig voor continuïteit en ontwikkeling. Winst is echter een meervoudig begrip: het gaat niet alleen om wat er onder de streep overblijft, maar ook om innovatie, kwaliteit, reputatie. Tevens om het aanspreken van de steeds groter wordende groep klanten en organisaties die om duurzame producten vragen. Door MVO in het bedrijf door te voeren kunnen kosten worden verlaagd, bijvoorbeeld van energieverbruik, transport, afvalverwerking en aantrekken van nieuw personeel.

¹ <https://www.mvocheck.nl/>



jannakool.nl

De zeven pijlers onder toekomstbestendig ondernemen

Naast het evenwicht tussen de drie dimensies is het belangrijk dat door middel van de balans tussen people, planet en profit ook gestreefd wordt naar een evenwicht in de toekomst, zodat de huidige leefkwaliteit gegarandeerd kan worden voor toekomstige generaties.

MVO-Nederland hanteert zeven pijlers die bedrijven kunnen helpen bij de afstemming van bedrijfsbeslissingen op de belangen van mens, milieu en maatschappij voor nu en de toekomst:

	Biodiversiteit; dit betekent dat bedrijven zich gewaar zijn van hun rol op impact op de natuur, met bedrijfsterreinen, bijvoorbeeld met daken, met vergroening in en rondom bedrijfspanden.
	Circulaire economie; alle grondstoffen hergebruiken en zorgen dat afval weer grondstof wordt, zodat we zo min mogelijk uit de aarde onttrekken, want grondstoffen raken langzamerhand op en uitgeput.
	Groene energie; de 'nieuwe' energie zoals wind en zon als energiebron gebruiken in plaats van de oude fossiele energie.
	Echte prijzen; waar mens en milieu ook in verdisconteerd is, zoals de beprijzing van CO2-uitstoot.
	Diversiteit en inclusie; laten we zorgen dat iedereen mee kan doen en dat we geen mensen apart hebben staan.
	Ketentransparantie; zorg dat je weet waar je je spullen vandaan haalt en ook weet waar spullen naartoe gaan en zorg dat je daar zo transparant mogelijk over bent.
	Nieuwe rijkdom; gebaseerd op andere waarde dan alleen financiële, deze kijkt namelijk ook naar maatschappelijke impact.

Duurzaamheid van activiteiten

De activiteiten van de twintig bedrijven uit het klantportfolio van Fiducie in relatie tot de zeven MVO-pijlers

	People				Planet		
	Nieuwe rijkdom	Ketentransparantie	Diversiteit & inclusive	Echte prijzen	Biodiversiteit	Groene energie	Circulaire economie
ProPortion							
A global human-centered design agency. Research, design and prototype new innovations that have a positive impact on people's lives. Areas of work: Youth employment, Women empowerment, gender inequality, Health & Safety, Food security & climate.	x	x	x	x		x	
Senz International							
Designing and selling sustainable longlasting umbrellas, to reduce massive unsustainable waste		x		x			x
Bureto							
Advies en installatie zonnepanelen	x					x	x
De Rotterdamsche Oude.							
Rotterdamsche Oude producten, pakketten en cadeaus							
Maatschap Boer en Zus							
Stadsboerderij, Zelfoogsttuin, Educatie, Dagbesteding, Vrijwilligerswerk	x	x	x	x	x	x	x
Städler Made							
Outdoor cooking products	x		x	x			x
Ciloo							
Web development company, with teams working in Germany, India, Malta Mexico, Pakistan.	x		x				
The Teach & Learn Company							
Innovatief bedrijf in de educatieve branche. Wij helpen onderwijsinstellingen het leerrendement van hun studenten te verhogen en werkdruk van docenten te verlagen.	x		x				
Creatieve Zaken							
Corporate story(telling) en positionering, logo & huisstijl, online & offline communicatiemiddelen.	x	x					
STROOP Rotterdam							
Duurzame, culinaire stroopwafel		x					
A Gr8 Company							
Advies in MVO ondernemen	x						
Burgs Foods							
Snackproductie m.b.v. duurzame eiwitbronnen, zoals krekels en sprinkhanen, die zonder ons milieu te belasten een groeiende bevolking kunnen voeden.	x					x	x

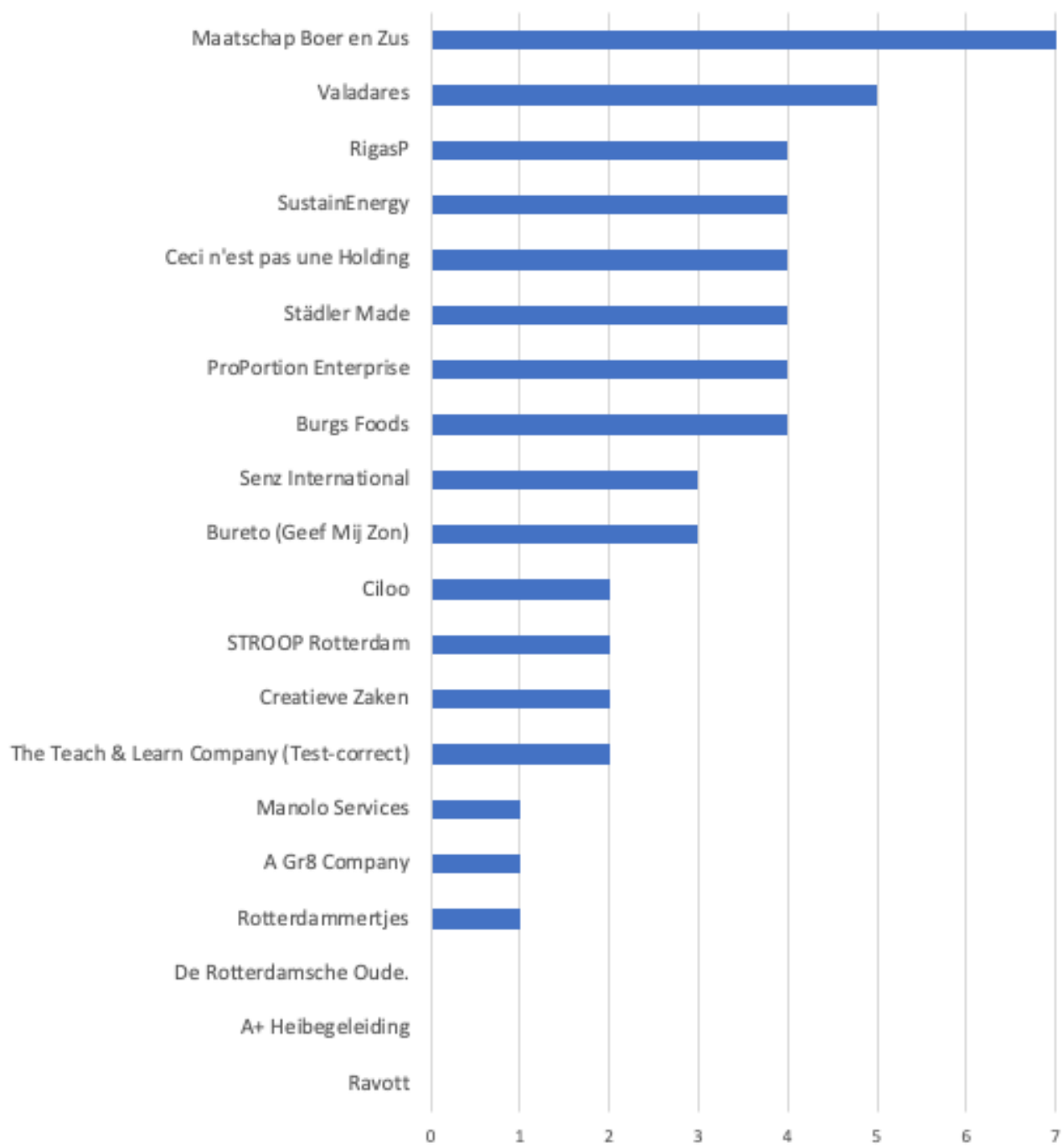
	People			Planet			
	Nieuwe rijkdom	Ketentransparantie	Diversiteit & inclusive	Echte prijzen	Biodiversiteit	Groene energie	Circulaire economie
A+ Heibegleiding							
Gespecialiseerd in het verlenen van deskundige heibegleiding. Bieden fysiek toezicht bij alle soorten funderingspalen, gericht op de reguliere controles en het voorkomen van afwijkingen en vertragingen.							
SustainEnergy							
Consultancy, Ventures and Education for Dutch energy and large-scale energy transition projects	x	x			x		x
Rotterdamertjes							
Duurzaam geproduceerd Rotterdams snoepje	x						
Ravott							
Koffie op locatie, barista, workshop, webshop							
Manolo Services							
Salarisadministratie	x		x				
Ceci n'est pas une Holding							
Holding sustainable (urban) transformation companies and projects	x	x			x		x
Valadares							
experienced entrepreneur and CEO dedicated to stopping climate disruption by building companies with a purpose. Adviser to entrepreneurs, designers, foundations, and grassroots organizations to reach impact at scale.	x	x	x		x		x
RigasP							
Management Consultant and Digital Architect, connector, blogger	x	x	x		x		

Score op de zeven MVO-pijlers

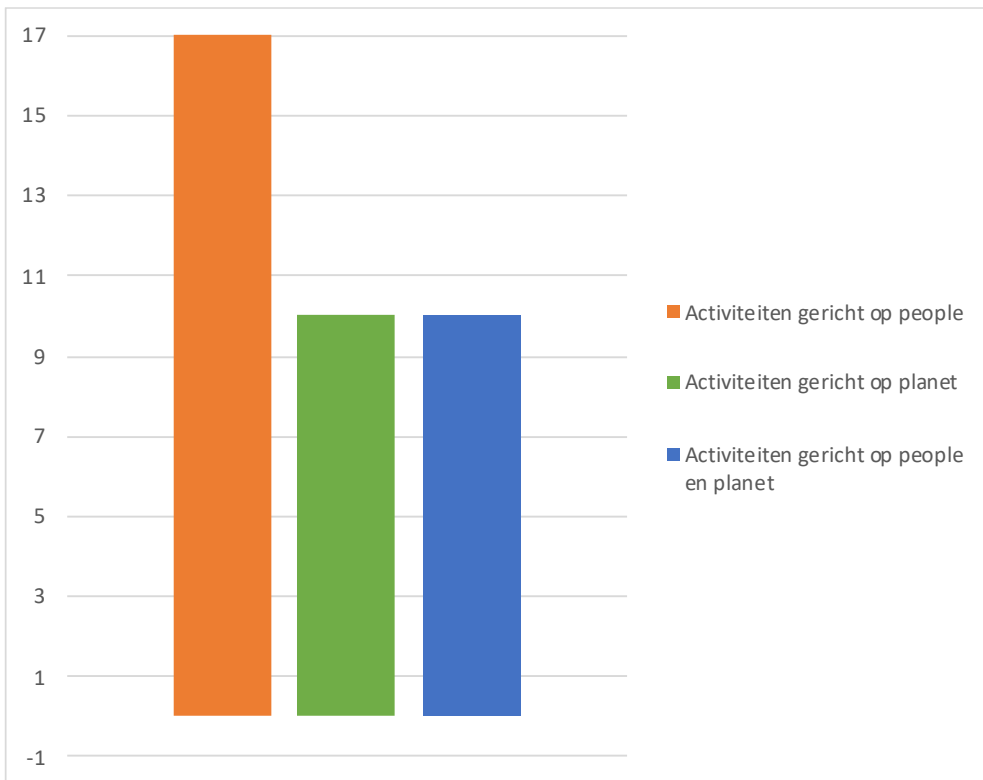
Bij het beoordelen van de mate van duurzaamheid van de twintig bedrijven in het klantportfolio is gekeken naar de score op zeven MVO-pijlers:

- een score van 0 tot 1 is beoordeeld als niet duurzaam
- een score van 2 tot 3 is beoordeeld als overwegend wel duurzaam
- een score van 4 tot 7 is beoordeeld als duurzaam

score 7 MVO-pijlers

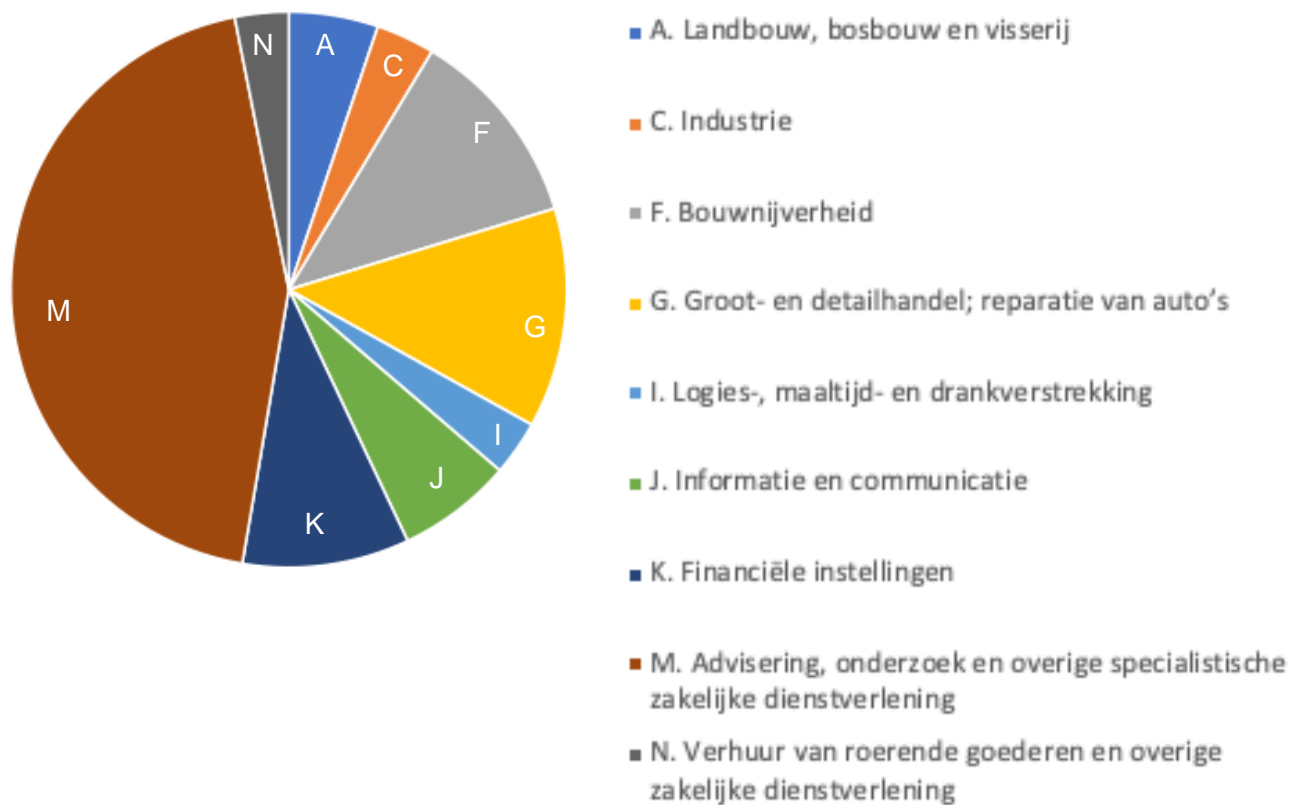


Welke MVO-dimensies zijn van toepassing op de duurzame activiteiten van de klanten van Fiducie?



Omzet vs. duurzaamheid

Omzet gerelateerd aan SBI-secties



Klantverdeling en duurzame bijdrage in relatie tot de omzet

Duurzaam?	Aantal duurzaam	Percentage (duurzaam) aandeel
JA	8	28%
Maatschap Boer en Zus	1	4%
Städler Made	1	3%
ProPortion Enterprise	1	10%
Burgs Foods	1	2%
SustainEnergy	1	2%
Ceci n'est pas une Holding	1	2%
Valadares	1	2%
RigasP	1	2%
OVERWEGEND WEL	6	25%
Senz International	1	9%
Bureto (Geef Mij Zon)	1	6%
Ciloo	1	3%
The Teach & Learn Company (Test-correct)	1	3%
Creatieve Zaken	1	3%
STROOP Rotterdam	1	2%
NEE	6	15%
Ravott	1	2%
Rotterdamertjes	1	2%
De Rotterdamsche Oude.	1	4%
A Gr8 Company	1	2%
A+ Heibegleiding	1	2%
Manolo Services	1	2%
Eindtotaal	20	68%

Uitkomsten en duurzame highlights

De 20 beoordeelde klanten:

- zijn verdeeld over 36 economische hoofd- en/of nevenactiviteiten volgens de SBI-codering
- houden zich overwegend bezig met de economische activiteit: Advisering, onderzoek en overige specialistische zakelijke dienstverlening
- ook een grote vertegenwoordiging van hoofd- en/of nevenactiviteiten in: Groot- en detailhandel

Bij de beoordeling van de mate van duurzaamheid is gekeken naar de score op de zeven MVO-pijlers. Op basis van deze MVO-pijlers is de klantverdeling:

Duurzame activiteiten

Acht bedrijven scoren 'duurzaam', zes bedrijven scoren 'overwegend wel duurzaam' en zes bedrijven scoren 'niet duurzaam'.

8

6

6

Duurzame omzet

De klantverdeling en duurzame bijdrage in relatie tot Fiducie's omzet: 28% duurzaam, 25% overwegend wel duurzaam en 15% niet duurzaam.

28%

25%

15%

People of planet?

De bedrijven die met het produceren van goederen of het verlenen van diensten 'duurzaam' scoren, verrichten activiteiten gericht op zowel 'People' als 'Planet'. De bedrijven die 'overwegend wel duurzaam' scoren, verrichten activiteiten voornamelijk gericht op 'People' en in mindere mate gericht op 'Planet'. De bedrijven met score 'niet duurzaam', verrichten activiteiten uitsluitend gericht op 'People'.

De productie van goederen of het verlenen van diensten van de 20 beoordeelde klanten, is hoofdzakelijk gerelateerd aan de duurzaamheidsdimensie 'People'.



Hoe rapporteer je als bedrijf maatschappelijke impact?

Bedrijven hebben meestal wel een maatschappelijke paragraaf waarin ze de activiteiten benoemen, maar de bedrijfsvoering is (nog) niet altijd impact gedreven of duurzaam.

Een bedrijf kan bijvoorbeeld goedbedoelde zaken doen die naast hun kernactiviteit staan, zoals een keer per jaar een speeltuin opknappen. Maar bij maatschappelijk verantwoord ondernemen gaat het erom dat je e.e.a. terugbrengt in de bedrijfsvoering en in de kern van je organisatie. Bijvoorbeeld een bouwbedrijf dat kijkt naar het gehele proces van een bouwproject zoals; welke plek heeft duurzaamheid bij het aanvragen van offertes, koopt men energie groen in, wat doet men aan biodiversiteit, wat is de sociale impact, hoe kijkt men naar diversiteit en inclusie binnen het bedrijf, wordt er circulair aanbesteed, wordt er aandacht geschonken hergebruik en hoe toetst men toeleveranciers op deze aspecten? Als de bouwsector in de bedrijfsvoering hier strakker op gaat sturen, zouden ze bijvoorbeeld 25% minder materialen kunnen inkopen, daar valt enorm veel winst te behalen...

Duurzaamheid is echter erg breed en gaat over veel verschillende thema's met onderling ook veel raakvlakken. De kracht zit in de verbinding. Het kan worden voorgesteld als een driehoek waar alle drie punten in evenwicht met elkaar moeten zijn. Iedere dimensie, de sociale dimensie, de milieudimensie en de economische dimensie, komt pas tot zijn recht wanneer zij alle drie volledig geïntegreerd zijn in de bedrijfsvoering van de organisatie en vormt dan de basis voor maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Door in de bedrijfsvoering bij activiteiten en processen rekening te houden met klimaatneutraliteit, circulariteit, inclusiviteit en eerlijke ketens onderneemt een bedrijf toekomstgericht. Daarbij legt de onderneming verantwoording af, gaat de dialoog aan met belanghebbenden en neemt verantwoordelijkheid voor de effecten van de bedrijfsactiviteiten op sociaal (people), ecologisch (planet) en economisch (profit) gebied.

Deze laatste hoek in de driehoek, profit, gaat over het scheppen van economische waarde door het produceren van goederen en het aanbieden van diensten. Een organisatie is winstgericht om de toekomst van de organisatie zeker te stellen en winst vormt de financiële basis van de onderneming. Hiermee is de aanwezigheid van profit een voorwaarde om ook de twee andere dimensies te verbeteren.

Aanbevelingen voor toekomstbestendig ondernemen

Maatschappelijk ondernemen is goed voor mens, milieu en maatschappij, maar uiteindelijk ook voor de onderneming. Ondernemen vanuit een maatschappelijke verantwoordelijkheid is goed te combineren met het behalen van financieel rendement, zeker op langere termijn. Veel aanbestedingen en tenders door grote inkopers zoals overheid of andere bedrijven beoordelen offertes en toekomstige relaties op basis van MVO. Daarbij is de vraag naar duurzame producten en diensten toegenomen. Duurzaam ondernemen zorgt voor betrokken en beter gemotiveerde medewerkers wat resulteert in een happy place to work en daarmee hogere arbeidsproductiviteit.

Onderzoek (2007-2017) uitgevoerd door Havas Lemz ([meaningful-brands.com/en](https://www.meaningful-brands.com/en)) bewijst dat betekenisvolle bedrijven 216% succesvoller zijn dan bedrijven met winst als hoogste doel.