
Vergaderjaar 2000–2001

26 485

Maatschappelijk verantwoord ondernemen

Nr. 14

BRIEF VAN DE STAATSSECRETARIS VAN ECONOMISCHE ZAKEN

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

's-Gravenhage, 5 april 2001

Op 10 december 1999 vroeg ik namens het kabinet aan de Sociaal Economische Raad (SER) mij te willen adviseren over de rol van de verschillende belanghebbenden, de overheid in het bijzonder, bij de bevordering van maatschappelijk ondernemerschap.

De SER bracht hierover op 15 december 2000 een advies uit onder de titel «De winst van waarden». Namens het kabinet bied ik u hierbij een notitie aan waarin op dit advies nader wordt ingegaan.

De Staatssecretaris van Economische Zaken,
G. Ybema

**MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN: HET
PERSPECTIEF VANUIT DE OVERHEID**

**Notitie naar aanleiding van het advies van de Sociaal
Economische Raad «De winst van waarden», 15 december 2000**

Den Haag, 30 maart 2001

Samenvatting

Op 15 december 2000 bracht de Sociaal Economische Raad onder de titel «De winst van waarden» advies uit over maatschappelijk ondernemerschap en de rol van de overheid, bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties daarbij. Het kabinet is verheugd over dat advies en kan zich goed vinden in de hoofdlijnen ervan. Maatschappelijk verantwoord ondernemen – ondernemen met zorg voor de maatschappelijke effecten ervan in binnen- en buitenland – leeft sterk in Nederland. Het is ook voor het kabinet een prioriteit. Binnen Europa behoort Nederland tot de kopgroep op dit terrein.

Het kabinet ziet maatschappelijk verantwoord ondernemen als een verschijnsel dat niet meer is weg te denken. Het wil de verdere doorbraak ervan actief ondersteunen. Daarbij sluit het kabinet zich aan bij de analyse en de aanbevelingen van het SER-advies. De SER stelt dat maatschappelijk verantwoord ondernemen zich van onderop ontwikkelt: bij de individuele onderneming. Er blijken ook uiteenlopende manieren te zijn waarop ondernemingen er invulling aan kunnen geven. De combinatie van deze belangrijke kenmerken – eigen initiatief en diversiteit – maakt generieke regelgeving niet tot een geschikt instrument om maatschappelijk verantwoord ondernemen te ondersteunen.

Het kabinet kiest voor een aanpak die maatwerk mogelijk maakt: partijen bij elkaar brengen, kennis ontwikkelen en verspreiden en vooral de transparantie bevorderen, zodat stakeholders zich een goed oordeel kunnen vormen over het maatschappelijk ondernemerschap van bedrijven.

Nu al geeft het kabinet op veel terreinen invulling aan die stimulerende rol. Voorbeelden zijn het MKB-Minderhedenconvenant, het Overlegplatform Stedelijke vernieuwing, en de activiteiten onder de titel Duurzaam Ondernemen. Ten aanzien van ondernemingen die internationaal opereren, geeft de regering zo breed mogelijke bekendheid aan de vernieuwde OESO-richtlijnen voor Multinationale Ondernemingen. Het Nationaal Contactpunt voor Multinationale Ondernemingen speelt daarbij een belangrijke rol.

Naast lopende activiteiten wil het kabinet een aantal nieuwe initiatieven nemen, en wel op lokaal, nationaal en internationaal niveau:

- Lokale partnerschappen worden bevorderd. Dat vereist o.a. een versterking van de regierol van de lokale overheid;
- Er moet een onafhankelijk nationaal kennis- en informatiecentrum komen dat informatie verzamelt en verspreidt, en dat, waar nodig, adequaat doorverwijst naar gespecialiseerde instellingen;
- De Raad voor de Jaarverslaggeving wordt om advies gevraagd over de integratie van maatschappelijke aspecten in de verslaggeving van bedrijven. Het kabinet wil bevorderen dat bedrijven op dit punt de transparantie vergroten;
- Er wordt een leidraad voor de maatschappelijke aspecten van internationaal inkopen en aanbesteden door de overheid opgesteld;
- In het NMP 4 wordt ook van bedrijven een bijdrage gevraagd bij het oplossen van grote milieuproblemen;
- Onderzocht wordt of nieuwe internationale afspraken ter voorkoming van milieudelicten in het buitenland gewenst zijn.

Maatschappelijk verantwoord ondernemen: de visie vanuit de overheid

Het kabinet is verheugd over het unanieme SER-advies «De Winst van Waarden». Het onderschrijft de analyse van de SER over maatschappelijk verantwoord ondernemen. Het kabinet ervaart het advies van de Raad als

ondersteuning voor reeds in gang gezet beleid, en bovenal als inspirerend voor verdere initiatieven, waartoe in deze notitie de aanzet wordt gegeven. Met deze notitie wil het kabinet het debat over maatschappelijk verantwoord ondernemen met alle betrokkenen voortzetten. Uiteraard met het parlement en het bedrijfsleven, maar ook met maatschappelijke groeperingen, die zich belangstellend en kritisch, betrokken en creatief hebben getoond.

Het SER-advies is niet onopgemerkt gebleven. Op opiniepagina's in landelijke dagbladen zijn discussies gevoerd, niet zozeer tussen voor- en tegenstanders van maatschappelijk verantwoord ondernemen, als wel tussen belangstellenden van diverse achtergronden. Maatschappelijk verantwoord ondernemen leeft. In toenemende mate hebben bedrijven, burgers, maatschappelijke organisaties en overheden in binnen- en buitenland dit onderwerp opgepakt. Zij worden zich steeds meer bewust van de mogelijkheden die samenwerking biedt. Het kabinet ziet de ontwikkeling van maatschappelijk verantwoord ondernemen als een belangrijk vehikel om gezamenlijk resultaten te bereiken. Zij heeft daarbij de ambitie om samen met de andere spelers op dit veld maatschappelijk verantwoord ondernemen tot volle wasdom te brengen.

Maatschappelijk verantwoord ondernemen kent, zoals het kabinet in haar adviesaanvraag stelt, verschillende dimensies die in elkaar overlopen.¹ Nationaal en internationaal, op verschillende beleidsvelden die elkaar soms raken, manifesteren zich de verschillende betrokken partijen. Ook de SER noemt het een gevarieerd en complex thema.² Het is daarom zo waardevol om met het SER-advies te kunnen beschikken over een brede analyse van het verschijnsel maatschappelijk verantwoord ondernemen die de dialoog over het onderwerp vergemakkelijkt. De kern van het SER-advies, waar het kabinet zich in kan vinden, is dat maatschappelijk verantwoord ondernemen zich van onderop ontwikkelt, dat het van bedrijven, burgers en maatschappelijke organisaties komt. Initiatieven komen tot bloei waarbij de overheid een faciliterende rol kan en moet spelen. Wat het kabinet betreft ligt het accent op die faciliterende rol. Die rol moet echter zo concreet en ambitieus mogelijk worden ingevuld.

In dit kabinetsstandpunt zal in de eerste plaats op hoofdlijnen op het SER-advies worden ingegaan, en in de tweede plaats worden aangegeven hoe het kabinet invulling geeft en wil geven aan haar rol in dit complexe beleidsveld. In het eerste hoofdstuk wordt beknopt ingegaan op wat het kabinet verstaat onder maatschappelijk verantwoord ondernemen en hoe zij de rol van verschillende actoren daarin ziet. Daarna beschrijft hoofdstuk 2 de internationale aspecten van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Het derde hoofdstuk geeft een korte impressie van vigerend beleid van de overheid op het terrein van maatschappelijk ondernemen. Tot slot worden in hoofdstuk 4 nieuwe beleidsinitiatieven toegelicht.

1. Maatschappelijk verantwoord ondernemen: transparantie van beleid

Het kabinet vroeg op 10 december 1999 advies aan de SER over maatschappelijk ondernemerschap. De constatering dat er veel verschillende partijen, vanuit verschillende invalshoeken, betrokken zijn bij maatschappelijk ondernemerschap leidde tot de vraag of de SER zijn visie wilde geven op hoe met name overheid (centraal en decentraal), bedrijfsleven en maatschappelijke groeperingen invulling kunnen geven aan hun rol. Onderstaand wordt kort stilgestaan bij de verschillende actoren.

¹ Adviesaanvraag van Staatssecretaris Ybema namens het kabinet aan de SER d.d. 10 december 1999.

² «De winst van waarden», advies van de Sociaal-Economische Raad over maatschappelijk verantwoord ondernemen, uitgebracht aan de Staatssecretaris van Economische Zaken, 15 december 2000.

1.1 De veranderende visie op de rol van bedrijven in de samenleving.

Core-business In de adviesaanvraag maakte het kabinet een onderscheid tussen enerzijds maatschappelijk verantwoord ondernemen dat tot core-business van bedrijven hoort (zoals kwaliteitseisen aan producten) en anderzijds activiteiten van bedrijven die verder gaan dan de core-business en dan waartoe de wet verplicht. De SER vindt dit onderscheid minder relevant en definieert maatschappelijk verantwoord ondernemen als «de zorg voor maatschappelijke effecten van het functioneren van een onderneming.»¹ Het kabinet is het hier van harte mee eens. Toch is het goed nog even stil te staan bij het onderscheid. Immers, de overheid stelt regels voor bepaalde aspecten van maatschappelijk ondernemen, zoals milieu- en kwaliteitseisen en arbeidsnormen. Bedrijven die zich daaraan houden, ondernemen niet per definitie «maatschappelijk verantwoord». Wat overigens niet wil zeggen dat bedrijven die zich alleen aan de wet- en regelgeving houden per definitie «maatschappelijk onverantwoord» zouden ondernemen. Het maatschappelijke karakter ligt vooral besloten in de actieve en vrijwillige – maar niet vrijblijvende – maatschappelijke rol die een bedrijf op zich neemt en die verder gaat dan het in acht nemen van wettelijke voorschriften. De huidige discussie over het vermogen van de overheid om zorg te dragen voor adequate wetten en regels en de handhaving ervan, gekoppeld aan de gelijktijdige vraag naar de bereidheid van ondernemers om verantwoordelijkheid te nemen bij hun handelen, maakt het thema maatschappelijk verantwoord ondernemen des te belangwekkender.

Triple P Centraal in de discussie over maatschappelijk verantwoord ondernemen staat uiteraard de onderneming. De onderneming is een waarde-scheppende organisatie.² Deze waardecreatie kent op langere termijn drie dimensies: de financieel-economische, de ecologische en de sociale. En hieruit vloeien voort de «drie p's» zoals sommige bedrijven die ook al expliciet hanteren:

- Profit – gevolgen voor het bedrijf
- People – gevolgen voor mensen binnen en buiten het bedrijf
- Planet – gevolgen voor het natuurlijk leefmilieu

Indien het bedrijf zich bewust richt op alledrie de dimensies van waarde-schepping onderneemt het maatschappelijk. Maatschappelijk verantwoord ondernemen is een middel om negatieve externe effecten te verminderen: immers, bedrijven worden door de markt gedwongen negatieve maatschappelijke effecten te corrigeren. Het is ook een middel om positieve externe effecten te versterken. Terwijl bedrijven profiteren van een goed imago, profiteert de maatschappij van de door het bedrijf gekozen maatschappelijke doelstelling.

In opdracht van Economische Zaken is in januari 2001 onderzoek verricht naar de mate waarin maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) «wortel schiet» in het bedrijfsleven. De resultaten zijn gepubliceerd in de «Ondernemerschapsmonitor», editie winter 2000–2001.

Het blijkt dat iets meer dan de helft (51%) van de bedrijven zich op dit moment al op een of andere manier met MVO bezighoudt. Het gaat dan om het gemiddelde van alle bedrijven: groot en klein.

Grote bedrijven houden zich overigens meer met MVO bezig dan kleinere bedrijven. Maar kleinere bedrijven besteden er relatief meer geld aan. Bij het grootbedrijf gaat het om 0,63% van de omzet; bij het kleinbedrijf om 0,86%.

¹ Zie SER-advies p 12.

² Zie SER-advies p 13.

Ondernemers vinden MVO kennelijk belangrijk. 87% zegt er een groot of redelijk belang aan te hechten. De rest vindt het onbelangrijk of weet het niet. Overigens meent ruim 12% van de ondernemers dat MVO leidt tot een verhoging van hun omzet.

Bijna de helft van de ondernemers (46%) denkt dat het belang van MVO in de toekomst nog zal toenemen. 42% denkt dat het belang gelijk blijft.

Opvallend is dat ondernemers niet met hun maatschappelijke houding te koop lopen. 33% geeft er in enige of grote mate bekendheid aan. 67% geeft er niet actief ruchtbaarheid aan.

Stakeholders Een bedrijf heeft te maken met verschillende belanghebbenden (stakeholders) en dus met verschillende, soms tegenstrijdige belangen. De veranderende rol die de directe en indirecte belanghebbenden spelen, vormen de kern van het ontstaan van maatschappelijk verantwoord ondernemen als nieuw begrip (niet als nieuw feit). Bedrijven worden door de verschillende stakeholders gestimuleerd maatschappelijk te ondernemen. De dialoog die met de stakeholders wordt gevoerd is medebepalend voor de invulling van het maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Best practices Het SER-advies geeft tal van voorbeelden van bedrijven die op verschillende manieren al vorm hebben gegeven aan maatschappelijk verantwoord ondernemen. Deze voorbeelden tonen aan dat veel ondernemingen inzien dat hun succes afhankelijk is van hun maatschappelijke omgeving. Zij communiceren daarom met die omgeving, voeren een zo transparant mogelijk beleid en leggen verantwoording af aan die omgeving en verkrijgen daarmee een «license to operate». Dat een bedrijf als Schiphol een andere invulling kiest dan Shell, en Shell weer een andere dan het Utrechtse IT-bedrijf Ordina spreekt voor zich. Bij Schiphol is goed nabuurschap de basis voor maatschappelijk verantwoord ondernemen. Bij Shell overheersen zorg voor duurzaamheid en mensenrechten. Ordina richt zich op de werknemer en draagt bij aan het oplossen van een maatschappelijk probleem: het oplossen van het lerarentekort. Maatschappelijk verantwoord ondernemen is maatwerk, waar ieder bedrijf zijn eigen accenten in zet. Daarvan zijn veel voorbeelden. Deze zouden moeten dienen als stimulans en aanjager voor bedrijven die nog niet zover zijn: «best practices» kunnen een heel positieve invloed hebben en aanzetten tot eigen initiatieven.

MKB versus grotere bedrijven Zoals hierboven betoogd, is maatschappelijk verantwoord ondernemen maatwerk, dat iedere onderneming op zijn eigen schaal toepast. Verwacht mag worden dat bedrijven in het midden- en kleinbedrijf daaraan een wezenlijke andere invulling geven dan groot-schalige, internationaal opererende concerns. Deze vaststelling heeft onder andere consequenties voor de mogelijkheden van verslaggeving van aspecten van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Vooral voor het MKB moet de al hoge administratieve lastendruk niet worden verzaamd. De gewenste transparantie moet passen bij de invulling die het bedrijf geeft aan het maatschappelijk ondernemerschap.

1.2 De veranderende rol en werkwijze van de overheid

De SER stelt in zijn advies: «waar sturing van binnenuit gewaarborgd is, wordt eenzelfde sturing van buitenaf [immers] overbodig».¹ Dit is een mooie samenvatting van de wijze waarop de overheid in algemeenheid haar eigen rol definieert. Als gevolg van trends als globalisering, informatisering en individualisering, is de rol van de overheid veranderd. Immers, de maatschappij wordt steeds meer diffuus en complex, en de overheid moet daarin een nieuwe rol vervullen. Zij is niet (meer) alomtegen-

¹ Zie SER-advies p 31.

woordig, zij zoekt samen met werknemers, consumenten, burgers en bedrijven naar de meest effectieve wijze van opereren. Zij bekijkt ook op welk niveau zij haar invloed moet laten gelden (internationaal, Europees, nationaal, regionaal, lokaal). Selectief maar effectief in haar interventies, uiteraard zonder zich aan haar publieke verantwoordelijkheid te onttrekken.

Verantwoordelijkheid van onderneming Ook op het terrein van maatschappelijk ondernemen speelt een dergelijke afweging. Maatschappelijk verantwoord ondernemen toont dat de verantwoordelijkheid daar behoort te worden genomen waar het meest effectief kan worden opgetreden: bij de individuele onderneming. Dat ontslaat de overheid echter niet van haar plicht om in verschillende hoedanigheden haar verantwoordelijkheid te nemen. Ook dient zij inzichtelijk te maken wat zij van anderen verwacht.

Wetgeving Het gedrag van ondernemingen en het speelveld waarbinnen zij hun activiteiten ontplooiën, wordt mede bepaald door de wetgever. Deze stelt normen, regelt wie waarvoor verantwoordelijk is, en verschaft de betrokken partijen de instrumenten om hun verantwoordelijkheid waar te maken. Daartoe behoort ook dat hij het toezicht op naleving organiseert en regelt hoe de gestelde regels worden gehandhaafd. Voor een deel gaat het om eisen die aan het gedrag van ondernemers of aan hun producten worden gesteld. Voor een belangrijk deel gaat het ook om de ordening van de markt, bijvoorbeeld om effectieve concurrentie mogelijk te maken, om de transparantie van de markt te verzekeren of om negatieve externe effecten van ondernemingsactiviteiten te voorkomen. Maatschappelijk verantwoord ondernemen vindt vanzelfsprekend plaats binnen dit speelveld, maar beperkt zich niet tot naleving van wat wettelijk verplicht is of kan worden.

Maatschappelijk verantwoord ondernemen is het product van een houding van ondernemers die gericht is op hun omgeving; ondernemers geven naar de maat van hun aard en hun vermogens inhoud aan hun maatschappelijke verantwoordelijkheid. Die houding en het daaruit voortvloeiende gedrag van ondernemers laat zich niet van bovenaf afdwingen. Generieke wetgeving die het bedrijfsleven daartoe zou dwingen is niet alleen nauwelijks te handhaven maar kan ook contraproductief worden: in de praktijk verworden minimumeisen immers vaak tot bovengrenzen. Daar waar specifieke wetgeving nuttig of nodig is (denk aan arbeidsrecht, milieunormen en fiscale maatregelen) zal het kabinet daartoe het initiatief nemen. Boven alles staat echter dat het kabinet erop inzet het bedrijfsleven actief te stimuleren om de bedoelde houding en het bedoelde gedrag in hun ondernemingsactiviteiten in te bedden. Meer openheid van bedrijven in de richting van hun stakeholders (bijvoorbeeld via verslaggeving over de maatschappelijk gerichte activiteiten) is daarin een belangrijk thema.

De overheid als partner Het is duidelijk dat bij het maatschappelijk verantwoord ondernemen vele stakeholders betrokken zijn. Dat is niet vreemd: vaak raakt het maatschappelijk verantwoord ondernemen aan de kern van de samenleving. Bedrijven, overheden, maatschappelijke organisaties en burgers werken samen om de kwaliteit van zowel hun fysieke als sociale omgeving te verbeteren. Deze samenwerking krijgt op vele manieren gestalte. Toch zijn er drie overeenkomstige kenmerken tussen die samenwerkingsverbanden:

Vrijwilligheid Maatschappelijk verantwoord ondernemen komt tot stand op basis van vrijwilligheid. Dit geldt niet alleen voor bedrijven. Voor maatschappelijke instellingen, burgers en lagere overheden geldt hetzelfde.

Netwerkkarakter Een ander kenmerk, dat direct uit het eerste voortvloeit, is het netwerkkarakter van deze samenwerkingsvormen. Men moet inte-

ressant zijn en blijven voor de anderen binnen het netwerk. Dit impliceert een constructieve en transparante houding van alle partners.

Beeldvorming Verder blijkt meer dan eens dat de partners andere «talen» spreken. Dit is een gevaar voor de continuïteit van samenwerking. Veel aandacht moet worden besteed aan de communicatie en aan het gewenningsproces.

Stimulator/facilitator Op tal van terreinen wil de overheid het bedrijfsleven zelf de gelegenheid geven de kwaliteit van productie en dienstverlening te regelen door gebruik te maken van vormen van zelfregulering. Zo heeft het bedrijfsleven doorgaans meer eigen ruimte en verantwoordelijkheid voor het bereiken van maatschappelijk relevante doelen. Er zijn goede ervaringen opgedaan met convenanten, bijvoorbeeld in de milieusfeer. Zelfregulering door de branche werkt uiteraard alleen als de overheid daarvoor heldere randvoorwaarden stelt. Dat schept de juiste voorwaarde om te vertrouwen op het vermogen van de particuliere sector om invulling te geven aan zijn maatschappelijke verantwoordelijkheid door zelf in passende regels te voorzien.

De overheid kan ook de invulling van maatschappelijk verantwoord ondernemen stimuleren door vooral lokale partnerships, dus vrijwillige (maar niet vrijblijvende) samenwerkingsvormen van bedrijven, overheden en maatschappelijke organisaties te bevorderen. De overheid heeft dan een makel-schakel functie, brengt partijen bij elkaar en zorgt voor deskundigheid. Zij treedt dan niet regulerend op, maar juist faciliterend: de overheid kan publieke doelen realiseren door aan te sluiten bij het zelfregulerend vermogen van ondernemingen en maatschappelijke groepen.

Marktpartij De overheid is behalve hoeder van het algemeen belang ook marktpartij. Uiteraard is het van belang dat de overheid zich in de hoedanigheid van werkgever, inkoper en aanbesteder niet alleen onberispelijk gedraagt, maar ook waar mogelijk het goede voorbeeld geeft. Als werkgever doet zij dat onder andere door nadrukkelijk aandacht te schenken aan minderheden, vrouwen en gehandicapten, maar ook door mogelijkheden te bieden arbeid en zorg te combineren. Als inkoper en aanbesteder is zij meer dan zomaar een marktpartij: de overheid heeft zich te houden aan in Europees verband gemaakte afspraken inzake inkopen en aanbestedingen die gelijke kansen van bedrijven moeten garanderen. Binnen die grenzen streeft zij naar een voorbeeldfunctie.

1.3 De rol van stakeholders nader bezien

Burgers In het regeerakkoord geeft het kabinet aan, dat de kracht van de samenleving wordt bepaald door de mate waarin burgers en bevolkingsgroepen bereid en in staat zijn te participeren in economische en sociale verbanden. Participatie van burgers in economische, sociale en culturele verbanden is in de opvatting van het kabinet¹ de basis voor een productieve en geïntegreerde samenleving. Het beleid van het kabinet is er daarom op gericht de betrokkenheid en deelname van mensen mogelijk te maken en te ondersteunen, om zo meer aan te sluiten bij het zelforganiserende vermogen van de burgers.

Aan de rol van de burger, binnen het maatschappelijk verantwoord ondernemen, zijn drie aspecten te onderscheiden:

- De burger als consument
- De burger als coproducent
- De burger als werknemer

¹ Kabinetsreactie op het advies «Aansprekend Burgerschap» van de Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling oktober 2000.

Burger als consument Producenten moeten terdege rekening houden met de veeleisende en geëmancipeerde consument. De consument is machtiger en mondiger geworden. De consument kan bijvoorbeeld, samen met

collega-consumenten over de hele wereld, leveranciers onder druk zetten om producten met lagere prijzen en hogere kwaliteit tegen betere voorwaarden te leveren. Daarbij gaat het niet alleen om de prijs en kwaliteit van de producten, maar ook om de manier waarop ze gemaakt worden. Dit biedt de consument de mogelijkheid om bedrijven te beïnvloeden voor wat betreft een meer sociale of milieuvriendelijke wijze van produceren. Dat kan aan maatschappelijk verantwoord ondernemen een meer vraaggestuurde dynamiek geven. Wanneer de consument over steeds betere informatie beschikt over hoe een product gemaakt is, en wat de voor- en nadelen van dat product zijn, dan verlicht dat de taak van de overheid bij het stellen van bijvoorbeeld veiligheidsvoorschriften aan producten. Bij voldoende marktwerking zullen aanbieders zich richten op de wensen van hun klanten.

Een deel van de consumenten is geneigd tot dit zogenaamde «maatschappelijk consumeren». Men is hier vooral toe bereid als de keuze goed aansluit bij andere drijfveren, zoals gemak en gezondheid. Dit blijkt ook uit het KPMG-rapport «Maatschappelijk verantwoord consumeren».¹ Wil de consument als kritische burger zijn maatschappelijke preferenties tot uitdrukking brengen in aankoopgedrag, dan moet de burger om te beginnen over adequate informatie beschikken. Dit vergt transparantie van de producenten. De overheid moet deze informatievoorziening krachtig stimuleren.

Burger als coproducent van beleid In zijn reactie op het RMO-advies «Aansprekend Burgerschap» spreekt het kabinet zich uit over hoe zij de rol van de burger ziet. Het kabinet acht coproductie of interactieve beleidsvorming een belangrijk middel om verantwoordelijkheidsbesef bij burgers te kweken. De burger is dan coproducent van beleid. Bevorderen van de participatie van burgers in maatschappelijke verbanden, zowel op stedelijk als op wijkniveau, staat centraal. Burgers worden zo partij in een lokaal partnerschap.

Burger als werknemer Het maatschappelijk betrokken zijn van een bedrijf, kan voor werknemers een goede reden zijn zich verbonden te voelen met «hun» bedrijf. Zo stimuleert een aantal bedrijven bijvoorbeeld haar werknemers tot het doen van vrijwilligerswerk, door tijd, geld of middelen beschikbaar te stellen. Bedrijven willen op deze manier aantrekkelijk blijven voor huidige, maar ook toekomstige werknemers. Anderzijds leren werknemers in deze situatie vaardigheden die in de normale werksituatie niet aan bod komen.

Veel bedrijven stellen werknemers in staat om deel te nemen aan maatschappelijk belangrijke taken, zoals het Rode Kruis en de vrijwillige brandweer. Het kabinet acht het van belang dat deze deelname aan de vrijwillige brandweer door werknemers van lokale bedrijven, ook in deze tijd van verzakelijking, druk op de arbeidsmarkt, en meer parttime werkenden, in stand blijft.

Werknemers en de vakbeweging Kenmerkend voor de ontwikkelingen binnen de vakbeweging van de afgelopen 20 jaar is dat naast belangenbehartiging van werknemers steeds meer aandacht is ontstaan voor de lange termijn agenda. Dat uit zich o.a. in betrokkenheid bij de ontwikkeling van keurmerken en gedragscodes, zoals de SER constateert. Het kabinet wil de vakbeweging zo veel mogelijk blijven betrekken bij de invulling van maatschappelijk verantwoord ondernemen in specifieke activiteiten. In dat kader moet bezien worden welke rol maatschappelijk verantwoord ondernemen in het kader van CAO's kan spelen. Dat kan op diverse manieren worden ingevuld. Sociale partners bepalen immers zelf wat er in de CAO staat. Het kabinet overlegt momenteel met de sociale partners over de

¹ «Consumentenzorgen» in Nederland, augustus 2000. Rapport van KPMG in opdracht van het Ministerie van Economische Zaken.

wenselijkheid van een adviesaanvraag aan de Stichting van de Arbeid over het opnemen van maatschappelijk verantwoord ondernemen in CAO's.

Maatschappelijke organisaties Maatschappelijke organisaties (zoals welzijnsinstellingen, bewonersorganisaties en woningbouwcorporaties) spelen een belangrijke rol in de samenleving. Zij vertegenwoordigen kennis en expertise op een breed scala van beleidsvelden. Bedrijven die hun maatschappelijke betrokkenheid zichtbaar willen maken, hebben aan ervaren maatschappelijke organisaties vaak sterke partners.

Niet-gouvernementele Organisaties De toegenomen rol van NGO's in het maatschappelijk debat is een positieve ontwikkeling. De kwaliteit van het debat wordt er mee gediend, en daar heeft de overheid alleen maar baat bij. Ook de verhouding tussen bedrijven en NGO's heeft zich positief ontwikkeld. Behalve critici zijn zij nu ook steeds meer partner bij het vinden van oplossingen. Deze rolverandering is ook internationaal merkbaar: NGO's hebben aangetoond internationale onderhandelingsprocessen te kunnen beïnvloeden.

Met die toegenomen invloed rijst ook de vraag van representativiteit en transparantie. NGO's zijn soms zelf een soort multinational. De eis van transparantie geldt overigens voor alle NGO's, groot en klein. Het kabinet deelt de visie van de SER dat ook NGO's actief moeten werken aan hun maatschappelijke acceptatie. Het kabinet zou het toejuichen als NGO's op dit punt zichtbare initiatieven nemen.

Beleggers en pensioenfondsen De toenemende populariteit van duurzame of ethische beleggingsfondsen is een belangwekkende ontwikkeling. Die populariteit is deels een gevolg van overheidsstimulering via de regeling «groen beleggen». Maar er is meer aan de hand: er lijkt een structurele ontwikkeling plaats te vinden naar bewuste keuzes door beleggers. Het gevolg is dat bedrijven zich meer zullen inspannen om in deze fondsen te worden opgenomen. Op die manier heeft de belegger dus invloed op de strategie van bedrijven. Deze ontwikkeling kan niet anders dan gevolgen hebben voor de financiële sector in zijn algemeenheid: duurzaamheid zal daar structureel aandacht moeten krijgen.

Een bijzondere rol spelen de pensioenfondsen. Met hun gewicht kunnen zij veranderingen afdwingen. In het SER-advies wordt hier dan ook terecht bijzondere aandacht aan besteed. Pensioenfondsen vragen tijdens aandeelhoudersvergaderingen aan het ondernemingsbestuur in toenemende mate aandacht voor de belangen van de lange termijn. Voor de maatschappelijke acceptatie van ondernemingen waarin wordt belegd is dit een belangrijk gegeven. Anderzijds worden bestuur en directie van pensioenfondsen door deelnemers en belanghebbenden geacht verantwoording af te leggen over het door hen gevoerde beleggingsbeleid. Ook de vakorganisaties FNV en CNV dringen aan op transparantie en verantwoording. Zij hebben rechtstreekse invloed in de besturen van bedrijfs-pensioenfondsen.

Het kabinet stelt zich op het standpunt dat pensioenfondsen oog moeten hebben voor de maatschappelijke component van het beleggings- en ondernemingsbeleid. Het ondersteunt daarom het voornemen van de sociale partners om dit aspect in de Stichting van de Arbeid nader te bespreken.

Branche-organisaties en product- en bedrijfsschappen Branche-organisaties zijn het scharnierpunt waarlangs bedrijven, overheid en NGO's communiceren om elkaars wensen en belangen beter te begrijpen. Door het organiseren van thematische bijeenkomsten kunnen inspirerende voor-

beelden van bedrijven in een bedrijfstak worden bediscussieerd en verspreid.

Het SER-advies noemt de product- en bedrijfsschappen als voorbeelden van institutionele arrangementen die als gunstig vehikel voor maatschappelijk verantwoord ondernemen benut kunnen worden. Het kabinet deelt die opvatting. Product- en bedrijfsschappen vormen immers in een aantal sectoren een structureel platform van maatschappelijke organisaties, die volgens hun algemene taakstelling tot taak hebben een bedrijfsvoering in de context van het algemeen belang en de belangen van de werkenden te bevorderen. Ze hebben bovendien de nodige instrumenten om beleid te implementeren. Het bestaande beleid van verschillende schappen omvat reeds aspecten van maatschappelijk ondernemen. Deze institutionele arrangementen moeten wel aansluiting houden bij de internationale agenda. In de nota Voedsel en Groen heeft het kabinet dan ook gepleit voor voortgaande vernieuwing van die arrangementen, juist in het kader van maatschappelijk verantwoord ondernemen.

1.4 Het afleggen van verantwoording

Verantwoording door bedrijven Er is onderscheid te maken naar de mate waarin bedrijven actief zijn met thema's uit maatschappelijk verantwoord ondernemen. Sommige bedrijven lopen voorop terwijl anderen zich houden aan wettelijke eisen. De verschillende stakeholders kunnen deze laatste bedrijven aanspreken om met meer elan aan de slag te gaan. Achterblijvers lopen het risico door de markt te worden afgestraft.

De overheid kan, als één van de stakeholders, bedrijven stimuleren om niet alleen actief met maatschappelijk verantwoord ondernemen aan de slag te gaan, maar daar ook daadwerkelijk op aanspreekbaar te zijn. Daarbij is transparantie het sleutelbegrip. Partijen in de samenleving hebben behoefte aan transparantie en objectiviteit om het handelen van de bedrijven te kunnen beoordelen. Ook bedrijven zelf hebben behoefte aan bruikbare indicatoren en gestandaardiseerde meetlatten om hun prestaties op het terrein van maatschappelijk verantwoord ondernemen te kunnen meten.

Er zijn tal van adviesbureaus en organisaties die bedrijven doorlichten met elk eigen methoden en weegfactoren. Zo is het voor de milieu-component in maatschappelijk ondernemen niet eenvoudig om vast te stellen of een bepaalde maatregel bij een bedrijf de milieuprestatie van de keten van bedrijven verbetert. De overheid wil de ontwikkeling van indicatoren en de internationale standaardisatie hiervan bevorderen. Bedrijven, maar ook stakeholders, kunnen deze methoden gebruiken om prestaties van bedrijven op het terrein van maatschappelijk verantwoord ondernemen met elkaar te vergelijken en te beoordelen.

Het terrein waarover verslag wordt gedaan is steeds verder verbreed. Dat is deels een gevolg van uitbreiding van wettelijke verplichtingen. De Wet milieubeheer verplicht zo'n 260 bedrijven om vanaf 2000 jaarlijks een overheidsverslag en een publieksverslag te maken over hun milieuprestaties. Deels betreft het hier ook vrijwillige verslaggeving, waarbij de maatschappelijke aspecten van de activiteiten worden belicht. Leidraad hierbij is vaak de eigen gedragscode of bedrijfsprincipes. Milieu is hier meestal het centrale thema. Grote bedrijven lopen bij deze trend voorop, maar steeds meer kleinere bedrijven kiezen voor deze vrijwillige informatieverstopping.

Een ander deel van het terrein is de veiligheid. Door de ramp met het vuurwerk-opslagbedrijf in Enschede is nog eens geïllustreerd dat het publiek, waaronder omwonenden, vaak geen weet heeft van gevaarsaspecten van

bedrijven. Het is naar het oordeel van het kabinet een kerntaak van iedere ondernemer om de veiligheid in en om het bedrijf te waarborgen. Er komt op korte termijn een wettelijke regeling waarin risicosituaties worden geregistreerd. Op basis hiervan zal het publiek door de decentrale overheden actief geïnformeerd worden. Omwonenden kunnen zo met de bedrijven of de betrokken overheden communiceren over de wijze waarop hun veiligheid kan worden vergroot. Op deze wijze faciliteert de overheid het directe contact tussen stakeholders en bedrijven.

Verslaggeving De SER acht een uitbreiding van de reeds bestaande wettelijk rapportageverplichtingen vooralsnog ongewenst. «Door de veelheid aan verschijningsvormen van maatschappelijk ondernemerschap en de veelheid van vormen van informatie daarover aan belanghebbenden heeft het in deze fase geen zin boven op de bestaande wettelijke verplichtingen nog een algemene verantwoordingsplicht in het leven te roepen.»¹ Maatschappelijk verantwoord ondernemen is inderdaad divers, en per deel-aspect zijn verschillende benaderingen mogelijk of gewenst. De nadruk moet daarbij liggen op het stimuleren van eigen initiatief en verantwoordelijkheid en de invulling daarvan. De thematiek die door maatschappelijk verantwoord ondernemen wordt bestreken is niet nieuw: bestaande wet- en regelgeving en normenstelsels, nationaal en internationaal, bieden al veel aanknopingspunten. Andere wetten bestrijken andere onderdelen van maatschappelijk verantwoord ondernemen (arbo-wetgeving, arbeid en zorg wetgeving, wet SAMEN, wet op de ondernemingsraden, OESO-richtlijnen voor multinationale ondernemingen, IAO fundamentele arbeidsnormen, Sociaal Jaarverslag).

Het kabinet wil toe naar een grotere mate van transparantie inzake het bedrijfsbeleid. Door het geven van betrouwbare en objectieerbare informatie voor alle stakeholders, kunnen bedrijven hun handelen verantwoorden. Verslaggeving door bedrijven is een voor de handliggende vorm van het geven van die transparantie, waar vooral grotere bedrijven al goede ervaringen mee hebben opgedaan. Het kabinet deelt de visie van de SER dat er ruimte moet zijn voor het uitkristalliseren van deze «good practices». Het zal de Raad voor de Jaarverslaggeving vragen aanbevelingen te doen om dit proces te versterken.

Verantwoording door de overheid Daar waar de rijksoverheid het bedrijfsleven betreft bij het bereiken van beleidsdoelen, geldt uiteraard de plicht tot het afleggen van verantwoording door de regering. Transparantie is voor de overheid immers het eerste gebod. De parlementaire controle op het overheidsbeleid is de waarborg dat de belangen van de maatschappij worden bewaakt.

Mede omdat meerdere departementen samenwerken met ondernemers bij het realiseren van maatschappelijke doelen, is het belangrijk dat de overheid consequent optreedt. De staatssecretaris van Economische Zaken treedt op als coördinerend bewindspersoon voor maatschappelijk verantwoord ondernemen. Op de verschillende thematische deel terreinen geldt de aanspreekbaarheid en verantwoordelijkheid van de respectievelijke bewindspersonen.

In beginsel vindt op lokaal en provinciaal niveau de politieke en financieel-bestuurlijke verantwoording plaats via de lijn college van B&W – gemeenteraad, respectievelijk college van GS-Provinciale Staten. De opgaven waarvoor deze overheden staan worden steeds complexer. Dat heeft ertoe geleid dat deze overheden ernaar streven om het draagvlak voor hun beslissingen bij voorbaat te verzekeren. Dat leidt tot afspraken die zowel publieke en particuliere belangen dienen. Particuliere partijen waaronder bedrijven zijn zodoende niet slechts consument van beleid maar worden in meer hoedanigheden aangesproken.

¹ SER-advies p 81.

Gegeven de bestuurlijke verhoudingen in Nederland is voor gemeenten en provincies niet alleen de interne informatie- en verantwoordings-huishouding van belang. Op tal van gebieden ontwikkelen gemeenten en provincies beleid samen met andere overheden (co-productie van beleid), soms in opdracht van hogere overheden. Daaraan zijn lijnen en procedures voor verantwoording en informatieverstrekking tussen de desbetreffende overheden verbonden. Vanuit de gedachte van «single audit» en «single information» streven rijk enerzijds, gemeenten en provincies anderzijds er naar informatie niet dubbel te (laten) verzamelen en toetsen, maar zo veel mogelijk aan te sluiten bij bestaande procedures en werkwijzen.

2. Hoe speelt de Nederlandse overheid in op maatschappelijk verantwoord ondernemen? Voorbeelden van relevante activiteiten en initiatieven

Containerbegrip In zijn adviesaanvraag noemt het kabinet maatschappelijk verantwoord ondernemen een containerbegrip voor activiteiten van bedrijven op een breed scala van beleidsvelden: grote stedenbeleid, minderhedenbeleid, duurzaam ondernemen, gehandicapten, werklozen, buurtwerk, sociale infrastructuur, onderwijs, sport en cultuur. Het spreekt voor zich dat voor elk van deze terreinen afzonderlijk een analyse van maatschappelijk verantwoord ondernemen zou kunnen worden gegeven. Daar heeft het kabinet niet om gevraagd, en dat heeft de SER ook niet gedaan. De overheid in Nederland is als vertegenwoordiger van de hele maatschappij rechtstreeks belanghebbende bij maatschappelijk verantwoord ondernemen. Enerzijds heeft de overheid er belang bij dat bedrijven met hun gedrag maatschappelijke waardering verwerven. Anderzijds opent de bereidheid van bedrijven om zich in te zetten voor maatschappelijke doelen perspectieven voor concrete samenwerking. Zowel de rijksoverheid als lokale overheden werken samen met de particuliere sector bij het realiseren van maatschappelijke doeleinden. Soms ligt het initiatief bij bedrijven of burgers, soms bij de overheid. Maatschappelijke instellingen zijn vaak een belangrijke derde partij bij deze initiatieven.

Hieronder wordt inzicht gegeven hoe de Nederlandse overheid maatschappelijk verantwoord ondernemen betreft bij het beleid. Het is niet de bedoeling om een uitputtend overzicht voor de hele overheid te verschaffen. Het gaat meer om aan te geven dat maatschappelijk verantwoord ondernemen op diverse manieren kan worden benut om gezamenlijke doelen na te streven. Als leidraad fungeren de 3 p's van «people, planet en profit». Daarbij wordt aan enkele interessante voorbeelden speciale aandacht geschonken.

2.1 People en profit

Werknemers Een belangrijk thema in het kader van «people» is investeren in werknemers door middel van sociaal ondernemingsbeleid. Onder sociaal beleid wordt verstaan bewuste investeringen in arbeidsverhoudingen, scholing, arbeidsomstandigheden, employability, en het mogelijk maken van de combinatie arbeid en zorg. Een goed sociaal ondernemingsbeleid heeft zowel bedrijfseconomische als maatschappelijke voordelen. De gezondheid en het welzijn van werknemers worden bevorderd terwijl kosten ten gevolge van ziekteverzuim en WAO-intrede worden beperkt. Niet alleen de eigen werknemers, ook werknemers van andere werkgevers kunnen betrokken worden bij het sociaal beleid van een onderneming, bijvoorbeeld door voorwaarden te stellen bij opdrachtverlening aan derden. In de chemische industrie, waar veiligheid een grote rol speelt, is het sinds jaar en dag gebruikelijk aan oderaannemers eisen te stellen op

het gebied van hun arbo-bedrijfsvoering. Ook het bedienen van de markt met producten die de arbeidsomstandigheden bij professionele afnemers bevorderen, alsmede het goed en open communiceren met afnemers over kwaliteit en veiligheid van producten, behoren ons inziens tot het sociaal beleid van een onderneming. Een aanpak in de vorm van samenwerking tussen producenten en ondernemers hoger in een productketen vindt echter nog slechts sporadisch plaats.

Arbeidsomstandigheden

Teneinde de ontwikkeling van zelfnormering en zelfwerkzaamheid op het terrein van arbo- en verzuimbeleid in ondernemingen te stimuleren, worden thans door de overheid met sociale partners in tal van bedrijfstakken gezamenlijke afspraken gemaakt in de vorm van arboconvenanten nieuwe stijl. Ook andere fiscale instrumenten (FARBO, Scholingsaftrek), keurmerken (Investors in People), en subsidiëring voor arbogerichte innovatie van arbeidsprocessen en producten worden door de overheid ingezet om het sociale beleid in ondernemingen te stimuleren. De overheid is voornemens de bovenvermelde «keten-aanpak» op produktgebied, die de chemische industrie reeds heeft geïnitieerd, te stimuleren en ook elders ingang te doen vinden.

Minderheden De bestrijding van werkloosheid onder minderheden is een belangrijke doelstelling van het kabinet. De boxen hieronder illustreren hoe maatschappelijk verantwoord ondernemen daarbij onderdeel is van het beleid.

MKB-Minderhedenconvenant

In april 2000 is tussen het Rijk, MKB-Nederland (mede namens branche-organisaties) en Arbeidsvoorziening het MKB-Minderhedenconvenant gesloten. Het gaat om een raamconvenant voor de periode tot eind 2002, waarin partijen gezamenlijk concrete projecten uitvoeren die tot doel hebben de instroom van etnische minderheden in het midden- en kleinbedrijf te vergroten.

De bij het convenant betrokken partijen zijn concreet het volgende overeengekomen:

- MKB-Nederland en Arbeidsvoorziening streven er naar om boven de reguliere taakstelling van Arbeidsvoorziening nog eens voor 20 000 werkzoekenden van etnische minderheden te bemiddelen bij vervulling van vacatures binnen het MKB;
- MKB-Nederland stimuleert aangesloten werkgevers om tot 1 mei 2001 30 000 vacatures te melden bij Arbeidsvoorziening, met vermelding dat deze bij voorkeur vervuld moeten worden vanuit etnische minderheden;
- Arbeidsvoorziening doet aan alle nieuwe werklozen binnen etnische minderheden binnen 12 maanden van werkloosheid een arbeidsmarktgericht aanbod.

Dit convenant biedt een pragmatische oplossing voor twee problemen: (1) vervulling van een groot aantal openstaande vacatures bij MKB-bedrijven, en (2) vermindering van de relatief hoge werkloosheid onder etnische minderheden.

Convenant inzake multicultureel personeelsbeleid

In juni 2000 heeft de rijksoverheid met een aantal grote ondernemingen (te beginnen met 14 en uit te breiden tot minstens 100) afspraken gemaakt over door deze ondernemingen te leveren extra inspanningen op het gebied van intercultureel management, instroom, doorstroom en behoud van etnische minderheden. De afspraken in het Raamconvenant onderstrepen het belang dat alle partijen hechten aan arbeidsparticipatie en integratie van etnische minderheden. Hun gezamenlijke inzet is gebaseerd op de overtuiging dat welbegrepen eigenbelang kan leiden tot een win-win situatie voor alle betrokken partijen. Intercultureel management is daarbij een instrument om de sociale dimensie van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen inhoud te geven. Het gaat om het optimaal

benutten van de mogelijkheden van culturele verscheidenheid in het aanbod van werknemers (intern gericht), en het inspelen op de culturele verscheidenheid van de klanten (de omgeving van een bedrijf).

De overheid faciliteert de voorbereiding en uitvoering van dit Raamconvenant via een projectorganisatie Ruim Baan voor Minderheden. De taken daarvan zijn: platform om best practices uit te wisselen, productontwikkeling, uitvoeren van innovatieve proefprojecten, wegnemen van bureaucratische knelpunten).

TNT Post Groep (TPG) is een van de deelnemers aan dit convenant. De activiteiten behelzen onder meer:

- interne inburgeringsprogramma's op 6 locaties met 15 deelnemers per locatie
- onderricht in de nederlandse taal in combinatie met vakopleiding tot postbode
- aanstelling van daartoe op te leiden mentoren op de werkvloer voor de begeleiding

Grotestedenbeleid Het grotestedenbeleid van de rijksoverheid is een beleidsprogramma dat de 25 deelnemende steden in staat wil stellen over de volle breedte van de stedelijke ontwikkeling effectief hun kansen te benutten en hun problemen te lijf te gaan. Eind 1999 zijn met de afzonderlijke steden afspraken gemaakt, neergelegd in convenanten, over wat zij tot en met 2003 willen bereiken, hoe zij dat willen bewerkstelligen en wat het rijk daarin bijdraagt. De stedelijke basis voor de convenanten is hun visie voor de lange termijn (tot ong. 2010) en hun meerjarige ontwikkelingsprogramma (tot 2003). In de afspraken is ook opgenomen dat zij het draagvlak dat zij onder «hun» bedrijfsleven hebben ontwikkeld, zullen omzetten in daadkracht van datzelfde bedrijfsleven. Om de economische leefbaarheid en de sociale vitaliteit van de stad op het gewenste niveau te krijgen, heeft het stadsbestuur er belang bij dat bedrijven maatschappelijk ondernemen.

Inmiddels is duidelijk dat de wijze waarop stadsbesturen met hun bedrijfsleven gezamenlijk hun opdracht invullen, verschilt van stad tot stad. In een aantal gevallen maken zij gebruik van landelijke netwerken, zoals het Overlegplatform stedelijke vernieuwing (OPS) of Samenleving en Bedrijf. Soms sluit de stad aan bij initiatieven van bedrijven, elders gebeurt het omgekeerde. Tevens blijkt dat de beoogde interactieve aanpak in een aantal steden een verdere steun in de rug nodig heeft. Het kabinet wil dat de steden van elkaars succes dan wel falen kunnen leren, zodat waar nodig alsnog de slag kan worden gemaakt naar een gezamenlijke aanpak.

Veiligheid en leefbaarheid Een thema dat in het kader van «people» niet onvermeld mag blijven is de veiligheid en leefbaarheid van steden en buurten. Juist daar liggen gemeenschappelijke belangen van overheid en bedrijfsleven.

Er lopen al enkele initiatieven waarbij overheid en bedrijfsleven investeren in vergroting van de zelfstandigheid van kwetsbare groepen en in verbetering van het leefklimaat in wijken buurten en gemeenten. De samenwerking krijgt vorm in thema's als werkgelegenheid, onderwijs, zorg, en veiligheid. De inspanningen zijn gericht op jongeren, allochtonen, ouderen en gehandicapten. Ook de meest kwetsbare groepen (daklozen, verslaafden, ex-gedetineerden, nieuwkomers) die in het algemeen geen primaire doelgroep vormen voor ondernemers, profiteren van investeringen op economisch, fysiek en sociaal vlak.

Het Overlegplatform Stedelijke Vernieuwing

Het OPS – een landelijk samenwerkingsverband van tien toonaangevende bedrijven in Nederland waaronder Randstad en Ahold – heeft onlangs een publicatie het licht laten zien die voorwaarden, voorbeelden en adviezen bevat voor veilig wonen, werken en winkelen in de wijk. Uitgangspunt is dat een veilige leefomgeving in de wijk de inspanningen van alle betrokken partijen vraagt. Dat vereist concrete activiteiten van bedrijven, maatschappelijke instellingen, individuele burgers en publieke organisaties als de gemeente en de politie. Maar daarnaast wil het OPS een basis organiseren om de communicatie tussen de partijen in de wijk te onderhouden en waar nodig op gang te brengen. Dat vestigt immers een draagvlak voor de wederzijdse inspanningen. Dit initiatief wordt vanuit BZK actief ondersteund.

Ook in breder verband werken overheid en bedrijfsleven zij aan zij aan het veiliger maken van Nederland. Een voorbeeld daarvan is het Integraal veiligheidsprogramma (IVP). Koepelorganisaties van het bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties hebben meegedacht bij het opstellen van het IVP. Zij voeren samen met overheden op alle niveau's actiepunten van het IVP uit.

Een ander voorbeeld is het Nationaal Platform Criminaliteitsbeheersing. Uit deze samenwerking stamt het Keurmerk Veilig Ondernemen, dat dit jaar beschikbaar komt. Eveneens dit jaar komt het Keurmerk Veilig Uitgaan beschikbaar voor uitgaansgebieden waar horeca-ondernemers en lokale overheid afspraken hebben gemaakt over het zorgen voor, en het handhaven van de veiligheid.

Het Nationaal Platform Criminaliteitsbeheersing

Het Nationaal Platform Criminaliteitsbeheersing is een publiek-private samenwerking die tot doel heeft om die vormen van criminaliteit aan te pakken waarvan het bedrijfsleven slachtoffer wordt. Het platform is in 1992 opgericht. De oprichting van het platform was een logisch gevolg van de sinds het midden van de jaren tachtig toenemende aandacht voor criminaliteitspreventie. In de tweede helft van de jaren tachtig zocht de rijksoverheid haar partners bij de aanpak van de sterk groeiende criminaliteit in eerste instantie bij de individuele burger, hun organisaties en de lokale overheden. In het begin van de jaren negentig kwam het bedrijfsleven nadrukkelijker in beeld, zowel in de rol als slachtoffer van criminaliteit als in zijn rol als potentiële partner bij de aanpak van criminaliteit. Op dit moment werken overheid en bedrijfsleven op de volgende terreinen samen: Voertuigcriminaliteit, overvalcriminaliteit, Keurmerk Veilig Ondernemen, Integriteit/ beroepsmoraal, Financiële Instellingen, Informatietechnologie en Criminaliteit, Publiek-privaat Evenwicht en Aangiftebereidheid.

De minister van Justitie is voorzitter van het platform, de voorzitter van de VNO/NCW is de vice-voorzitter. Alle relevante departementen zijn in het platform vertegenwoordigd, de politie, het openbaar ministerie en de gemeenten. Namens het bedrijfsleven maken organisaties van werkgevers en werknemers deel uit van het platform en is een aantal branches vertegenwoordigd: verzekeringsmaatschappijen, banken, detailhandel, industrie, horeca en uiteraard de beveiligingsbranche.

Onderwijs Het beroepsonderwijs fungeert direct als toeleverancier van geschoolde arbeidskrachten. Inrichting en onderhoud van onderwijsvoorzieningen is uiteraard primair een overheidsverantwoordelijkheid. Bij het formuleren van de opleidingsdoelen daarentegen wordt het georganiseerde bedrijfsleven nauw betrokken.

Ondernemers zijn rechtstreeks belanghebbende bij de instroom van voldoende goed opgeleide arbeidskrachten. Binnen sectoren wordt vaak samengewerkt om inhoud te geven aan een sectoraal opleidingsbeleid, maar individuele ondernemingen komen nadrukkelijk in beeld als het gaat om stages of combinaties van opleiding en werk.

Voor die bedrijven spelen allerlei overwegingen een rol, maar het gaat in toenemende mate ook om de bijdrage die men wil leveren aan de maatschappelijke integratie van groepen in een achterstandspositie. Feit is dat op veel plaatsen door grote en kleine ondernemingen in samenwerking met onderwijsinstellingen invulling wordt gegeven aan deze brede maatschappelijke overweging.

Business in the Community

De overheid is betrokken bij een aantal projecten in het kader van het «Business in the Community» initiatief. Uitgangspunt daarbij is om via het uitvoeren van concrete projecten met een bundeling van krachten van de private en publieke sector op regionaal en lokaal niveau te komen tot een nationaal raamwerk. De bij dit initiatief betrokken ondernemingen hebben er duidelijk voor gekozen niet geïsoleerd te willen opereren van hun omgeving. Ze willen hun maatschappelijke verantwoordelijkheid vertalen in initiatieven waarbij partijen naast geld ook mankracht, kennis en stageplaatsen ter beschikking stellen.

Dat levert een treffend voorbeeld van samenwerking tussen scholen en bedrijven op. Door op een positieve manier in te spelen op problemen met en van rondhangende jongeren worden deze jongeren aangezet om zelf te ontdekken dat er ook voor hen een toekomst met perspectief kan zijn. Het Glen Mills-project in Den Haag past deze methode met succes toe. Deze school maakt deel uit van de Hoenderloo Groep en is speciaal bedoeld voor jongeren met een crimineel verleden. Jongeren werken onder begeleiding aan gedragsverandering, een opleiding en een plaats in de samenleving. Tijdens de opleiding worden de jongeren al in contact gebracht met bedrijven, waarbij getracht wordt een passende baan te vinden.

2.2 Planet en Profit

Duurzaamheid In het milieubeleid wordt van bedrijven gevraagd om steeds beter te presteren. Ondernemers vervullen een sleutelrol om economie en milieu in balans te brengen. Zij kunnen dit doen door nieuwe producten te maken die goed inspelen op de wensen van de consumenten en tegelijkertijd minder milieubelasting veroorzaken. De rol van de overheid in de relatie met bedrijven verandert. Waar vroeger de overheid precies voorschreef welke milieumaatregelen moesten worden getroffen, is er nu meer ruimte ontstaan bij marktpartijen om zelf de beste oplossingen te kiezen. De overheid stuurt meer op afstand door het stellen van heldere lange termijndoelen en het bieden van ruimte voor zelfregulering door het bedrijfsleven. Het is eerder gezegd: dit alles betekent niet dat de overheid haar eigen verantwoordelijkheid voor het stellen van kaders, het verlenen van vergunningen, en voor de handhaving niet meer invult.

Ook in het milieubeleid wordt steeds duidelijker dat de dynamiek van de markt kansen biedt. De overheid kan nieuwe spelregels introduceren die bedrijven stimuleren verder te gaan dan wettelijke eisen. Instrumenten als groene belastingen en verhandelbare emissierechten geven een prijs-prikkel in de markt. De bedrijven die beter presteren dan andere worden door deze instrumenten financieel beloond. Een ander voorbeeld is de benchmark energie-efficiency. Hier zijn afspraken gemaakt met de industrie om net zo goed te worden als de best presterende bedrijven ter wereld op het terrein van energie-efficiency. Voor al deze nieuwe milieu-instrumenten geldt dat de overheid niet de middelen kiest waarin bedrijven moeten investeren, maar wel arrangementen maakt die de best presterende bedrijven belonen.

Duurzaam ondernemen

Om bedrijven en betrokken partijen ervaring op te laten doen met duurzaam ondernemen worden diverse beleidsactiviteiten rond «duurzaam ondernemen» opgepakt. Zij kunnen hieraan op vrijwillige basis meedoen. Belangrijke acties zijn:

- > Discussiefora voor het bij elkaar brengen van nieuwe combinaties van bedrijven en stakeholders;
- > Door het bieden van hulpmiddelen als handreikingen en best practices kunnen bedrijven van elkaar leren en in hun productketen aan toeleveranciers of afnemers voorwaarden stellen. Zo wordt het concept eco-efficiency tot ontwikkeling gebracht en worden pilots bij bedrijven ondersteund;
- > Ontwikkeling van gestandaardiseerde indicatoren voor bedrijven om binnen een productketen juiste keuzen te kunnen maken;
- > Verkenningen van toekomstige markten om in te spelen op wensen van de toekomst;
- > Het integreren van milieu-aspecten in de strategie van een onderneming;
- > Uitwerken van (triple P) verslaglegging in relatie tot GRI (Global Reporting Initiative);
- > Gestructureerd milieuberaad met de financiële sector.

NMP Ter uitvoering van het Nationaal Milieubeleidsplan (NMP) heeft de overheid met een aantal sectoren uit de industrie convenanten afgesloten. Hierin zijn op sectorniveau afspraken vastgelegd over de te bereiken milieudoelen voor 2010. Eén van de afspraken is dat de bedrijven een milieumanagementsysteem invoeren. De betrokken bedrijven stellen iedere 4 jaar zelf een bedrijfsmilieuplan (BMP) op waarin zij aangeven hoe zij hun aandeel in het convenant zullen realiseren. Indien de overheid (provincie of gemeente) dit BMP accordeert dan past de overheid de milieuvergunning aan op basis van dit BMP. Bedrijven kunnen zo – binnen kaders – grotendeels zelf bepalen hoe en wanneer zij hun bijdrage aan de uitvoering van het NMP leveren. De milieuwinst blijkt daarbij groter dan bij traditionele vergunningverlening. Ook biedt de aanpak economische voordelen. De prioriteiten worden immers door de bedrijven zelf gesteld: dat past beter bij hun eigen investeringsplanning. Nieuwe ontwikkelingen worden in samenhang met sectorafspraken ingevuld. Zo is inmiddels een gezamenlijk programma Productgerichte Milieuzorg gestart en vindt overleg met productie- en consumptieketens plaats om tot duurzaam consumeren te kunnen komen. De detailhandel zal worden ondersteund met het verzamelen en benutten van informatie waarmee de assortimentskeuze kan worden verduurzaamd. Ook wordt met enkele sectoren gewerkt aan het verbreden van de convenanten met elementen van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Het idee is om in een gezamenlijke aanpak te werken aan een handreiking waarmee bedrijven op vrijwillige basis invulling kunnen geven aan hun maatschappelijke verantwoordelijkheid op milieugebied.

«*Voedsel en Groen*» In de nota «Voedsel en Groen» van juli 2000 heeft de minister van LNV een schets gegeven van de rol die maatschappelijk verantwoord ondernemen kan spelen om beleidsdoelen te bereiken waarbij wet- en regelgeving niet per definitie effectief zijn. In de agro-sector en in de groene ruimte zijn tienduizenden bedrijven actief die collectief een grote bijdrage kunnen leveren aan het maatschappelijk vertrouwen in deze sector. Immers, de producten die ze voortbrengen zijn vaak primaire levensbehoeften, en daarnaast wordt veelal met levend materiaal gewerkt. Bovendien beslaan «landbouw en natuur» ongeveer 60% van het Nederlandse grondoppervlak. Juist nu zaken als voedselveiligheid, dierenwelzijn en natuurbeheer in heel Europa zo in de schijnwerpers staan, moet voor agro-ondernemingen het devies zijn dat maatschappelijke waardering en vertrouwen essentiële voorwaarden zijn voor de continuïteit. De traditionele beleidsreceptuur van de overheid zal onvermijdelijk moeten worden aangevuld door initia-

tieven vanuit de sector. «Voedsel en Groen» bevat een opsomming van de wijzen waarop de overheid maatschappelijk gedrag stimuleert.

Inkopen De overheid is zelf ook marktpartij, en geen kleintje. Daar waar overheden inkopen, aanbesteden en opdracht verlenen geldt, dat duurzaamheid een ingebouwde overweging moet zijn. Daaraan wordt al een aantal jaren gewerkt.

Duurzaam Inkopen

Rijksoverheid, provincies, gemeenten en waterschappen werken samen in het programma Duurzaam Inkopen. Dit programma voor en door overheden is bedoeld om een milieugericht aanschafbeleid te stimuleren. Natuurlijk doen veel overheden al aan duurzaam inkopen. Maar die initiatieven zijn niet op elkaar afgestemd. Als overheden allemaal hetzelfde minimum aan milieucriteria hanteren bij de inkoop, gaat daar een belangrijke marktimpuls van uit. Jaarlijks koopt de overheid immers voor zo'n 50 miljard gulden in. Door haar marktkracht te bundelen, kan de overheid:

- een voorbeeld stellen
- aanzienlijke milieuwinst boeken
- een behoorlijke markt voor milieuvriendelijke producten creëren, en
- milieugerichte productinnovatie stimuleren.

Er is een Servicepunt Duurzaam Inkopen ingesteld. Het bestaat uit een website (www.inkopers.net) en een telefonische helpdesk. Op de website staan per inkoopsegment informatiepakketten met criteria. Overheidsinkopers kunnen deze objectieve informatie downloaden en in hun aanbesteding verwerken. Op die manier kunnen overheidsinkopers heel eenvoudig uniforme milieueisen stellen, zonder dat dat extra werk met zich meebrengt.

Overheden kunnen op basis van vrijwilligheid deelnemen aan het programma Duurzaam Inkopen, door het tekenen van een verklaring van deelneming. Deelnemende overheden blijven uiteraard zelf beslissen welke producten ze inkopen.

2.3. Samenwerkingsverbanden

Relatie Rijk en gemeenten Veel maatschappelijke opgaven krijgen hun invulling op lokaal en regionaal niveau, onder regie van de desbetreffende overheden. Ook gemeenten willen actief inspelen op, en richting geven aan veranderende maatschappelijke omstandigheden. Doel is de daadkracht van maatschappelijke partijen waaronder het bedrijfsleven te activeren en te benutten. Het kabinet hecht er belang aan de gemeenten te stimuleren en beter in staat te stellen om de kwaliteiten van «hun» ondernemers te benutten en daarmee de effectiviteit van hun inspanningen te vergroten.

Relatie bedrijven onderling De samenwerking overheid–bedrijfsleven wordt aanzienlijk eenvoudiger als bedrijven ook onderling samenwerken. Tegen die achtergrond heeft de overheid het initiatief genomen tot oprichting van het netwerk Samenleving & Bedrijf. Dit is een landelijk kennisnetwerk van en voor bedrijven die maatschappelijk verantwoord ondernemen. Kennis, inzichten en ervaringen worden gebundeld en verspreid. Het is daarmee een lerend netwerk, dat functioneert als een stimulerend platform voor bedrijven. Op advies van een klankbordgroep van actieve partners in het netwerk Samenleving & Bedrijf, is begin 2000 de Stichting Samenleving & Bedrijf opgericht en een programmaraad gevormd. Belangrijkste partners zijn lokale overheden en lokale maatschappelijke organisaties. Door zelf een sterk landelijk kader te vormen, wil Samenleving & Bedrijf het ontstaan en voortbestaan van lokale partnerships bevorderen.

Als nationaal netwerk wil het een sterke partner van CSR-Europe zijn, het Europese netwerk voor Corporate Social Responsibility. Een internationaal netwerk is immers onmisbaar als schakel tussen netwerken in diverse landen.

Een al langer bestaand wereldwijd netwerk van inmiddels 140 bedrijven is de World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). Deze organisatie levert regelmatig belangwekkende bijdragen aan de internationale discussie over oplossing van milieuproblemen en over de relatie tussen handel en duurzaamheid.

Relatie overheden internationaal Niet alleen de bedrijven organiseren zich op internationaal niveau, ook de overheden doen dat. Een belangrijk initiatief hierbij is het Copenhagen Centre. Ierland, het Verenigd Koninkrijk, Denemarken en Nederland vormen een informeel government-to-government-netwerk met als doel het delen van ervaringen en het stimuleren van internationale samenhang. Dit is niet alleen gunstig voor de afzonderlijk nationale overheden, ook voor het bedrijfsleven is dit interessant. Dat heeft immers niet alleen belang bij coherentie van beleid op nationaal niveau, maar ook in de Europese context. Daarom is het Copenhagen Centre vertegenwoordigd bij het eerdergenoemde Europese overleg over maatschappelijk verantwoord ondernemen.

3. Maatschappelijk verantwoord ondernemen internationaal

Dat het thema maatschappelijk verantwoord ondernemen steeds meer aandacht krijgt is geen puur Nederlandse ontwikkeling: het thema staat in heel Europa in de belangstelling. Ten tijde van de adviesaanvraag werd de discussie over de internationale aspecten van maatschappelijk verantwoord ondernemen al enige tijd gevoerd. Die discussie stond in het teken van de herziening van de OESO-Richtlijnen voor Multinationale Ondernemingen. De adviesaanvraag richtte zich dan ook meer op het minder ontgonnen terrein van maatschappelijk verantwoord ondernemen in nationaal verband. Desalniettemin mag de internationale dimensie niet onbesproken blijven. Ook de SER besteedt hier in para 6.3 aandacht aan. Omdat daarbij de Europese dimensie onbesproken blijft wordt daar in het onderstaande aandacht aan besteed.

3.1. Maatschappelijk verantwoord ondernemen in Europa

Interessant is om te zien dat de overheden in de diverse landen vaak op verschillende manieren omgaan met dit thema. Dat hangt uiteraard samen met verschillende opvattingen over de samenwerking tussen overheid en bedrijfsleven bij de oplossing van maatschappelijke vraagstukken. De Verenigde Staten worden door velen gezien als de bakermat van de huidige inzichten in maatschappelijk verantwoord ondernemen. Daar is openheid van bedrijven jegens alle belanghebbenden, intern en extern, min of meer een gebod. De rol van de aandeelhouder is daar ook veel verder ontwikkeld. In Europa liepen de ontwikkelingen op dit gebied aanvankelijk minder snel, maar de afstand wordt nu allengs kleiner. Voor Nederland zijn de ontwikkelingen in de Europese context uiteraard het belangrijkste.

In Europa is een tweedeling te zien in de visies en praktijken als het gaat om de rol van de overheid bij maatschappelijk verantwoord ondernemen. Dat hangt vooral samen met de opvattingen over verantwoordelijkheden van de overheid voor publieke taken. In Frankrijk, België en Duitsland bestaan overwegend traditionele opvattingen hierover. Bij het publiek in deze landen bestaat vaak argwaan over de mogelijkheden om bedrijven te betrekken bij zaken als sociale zekerheid, gezondheidszorg of onderwijs. Ook bedrijven zijn op dit punt vaak terughoudend.

In landen als het VK, Ierland en Nederland wordt flexibeler gedacht over publiek-private samenwerking. Zo wordt het Ierse nationale ontwikkelingsplan gekenmerkt door brede samenwerking, niet alleen binnen de overheid, maar ook tussen overheid en bedrijfsleven. De overheid in het VK, Nederland en Ierland is zich bewust van het feit dat zij een draagvlak moet scheppen voor beleid. Dat leidt tot een grotere bereidheid om mee te denken over nieuwe samenwerkingsvormen met andere partners, waaronder bedrijven.

Kenmerkend voor deze groep landen is ook dat beleggers en aandeelhouders, waaronder met name pensioenfondsen en andere institutionele beleggers, meer maatschappelijk verantwoordingsbesef van het bedrijfsleven verlangen.

Wat betreft de rol van de overheid bij de bevordering van maatschappelijk verantwoord ondernemen in brede zin lijkt het VK samen met Nederland het meest ambitieus. In Ierland en Denemarken is de samenwerking overheid-bedrijfsleven vooral gericht op sociale doelstellingen. In het VK en Nederland is sprake van een veelzijdiger patroon van samenwerking. Daarnaast heeft ook maatschappelijk verantwoord ondernemen buiten de grenzen de nadrukkelijke aandacht van zowel regering als parlement. Daarbij gaat het vooral om de doelstelling dat bedrijven bij hun activiteiten in het buitenland, of in relaties met buitenlandse toeleveranciers, concrete normen in acht nemen.

Het Britse ministerie voor ontwikkelingssamenwerking (DFID) ontwikkelde in 1997 het *Ethical Trading Initiative* (ETI). Het ETI is een samenwerkingsverband van bedrijven, NGO's en vakbonden, gericht op het in acht nemen van goede arbeidsnormen, zoals vervat in een basiscode. Van toeleveranciers wordt verwacht dat ze, al dan niet na een overgangperiode, deze basiscode toepassen. Lidmaatschap van ETI betekent dat men zich vrijwillig laat beoordelen op de naleving van de basiscode.

De Britse overheid kent een specifieke rol toe aan pensioenfondsen bij het bevorderen van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Aan de «*Occupational Pension Schemes Regulations*» is in 1999 een bepaling toegevoegd dat bij de verplichte beschrijving van het beleggingsbeleid ook moet worden gemeld in welke mate sociale, milieu- of ethische overwegingen een rol spelen. Langs deze indirecte weg worden pensioenfondsen (voor zover dat nodig is) aangemoedigd om aan maatschappelijk verantwoord ondernemen het nodige gewicht toe te kennen.

De Europese Commissie ziet in maatschappelijk verantwoord ondernemen een trend waarop ook in communautair verband moet worden ingespeeld. Door het Directoraat-Generaal voor Sociale Zaken is eind 2000 een bijeenkomst belegd met de lidstaten waarbij enkele voorgenomen initiatieven zijn besproken. Die komen er op neer dat de Commissie een «groenboek» voorbereidt waarin nader wordt omschreven welke rol maatschappelijk verantwoord ondernemen bij het behalen van de Europese strategische doelstelling kan spelen. De Commissie erkent dat nationale initiatieven en netwerken niet moeten worden doorkruist. De meerwaarde van een Europees initiatief is tweeledig:

- De lidstaten kunnen van elkaar leren en activiteiten beter op elkaar afstemmen
- De communicatie en samenwerking met het georganiseerde Europese bedrijfsleven wordt verbeterd. Het bedrijfsleven met interesse in maatschappelijk verantwoord ondernemen is sedert november 2000 verenigd in *Corporate Social Responsibility Europe (CSR Europe)*.

Het groenboek, dat in juni 2001 wordt verwacht, wordt in 2002 gevolgd door een actieprogramma waarin speciale aandacht uitgaat naar het

opstellen van vrijwillige Europese richtlijnen voor verslaggeving door bedrijven. Nederland heeft hiervoor zijn steun uitgesproken. Bij de discussie hierover zal goed gekeken moeten worden naar lopende internationale initiatieven, zoals het Global Reporting Initiative.

3.2. Het internationale kader voor maatschappelijk verantwoord ondernemen

Juist waar het gaat om ondernemen op minder ontwikkelde markten dienen zich vragen van maatschappelijke aard aan. De omstandigheden in die landen verschillen soms aanzienlijk van wat men in Europa gewend is. Het werken in een omgeving van armoede, corruptie of politieke instabiliteit is niet eenvoudig. Vaak is de wet- en regelgeving voor zaken als arbeidsomstandigheden, milieuzorg en integriteit gebrekkig. Of die regels worden in de praktijk onvoldoende afgedwongen. Bedrijven die op dergelijke markten actief zijn horen zich ook in ontwikkelingslanden te gedragen als «good citizen». In de praktijk betekent dit meestal dat bedrijven bij voorkeur de maatstaven hanteren die zij gewend zijn te hanteren op hun thuismarkt, ondanks eventuele leemtes in de lokale wetgeving of in het lokaal toezicht daarop.

Tegen deze achtergrond spant de Nederlandse regering zich in diverse internationale gremia in om de internationale rechtsorde te versterken. Zo steunt Nederland de Internationale Arbeidsorganisatie (IAO) in haar streven om een toezichtsmechanisme te ontwikkelen voor de naleving van fundamentele arbeidsnormen. Het jaarlijkse Global Report, waarin een stand van zaken wordt gegeven over de naleving van deze normen, is een belangrijke stap in deze richting. Verder is Nederland een sterk voorstander van internationale samenwerking en afstemming tussen de multilaterale organisaties, met name op terrein van handel en arbeidsrechten. Dit zal op de agenda van de in november 2001 in Qatar te houden Vierde Ministeriële Conferentie van de WTO moeten staan. Ook het probleem van omkoping vereist een internationale afgestemde aanpak. Besprekingen in OESO-verband hebben in 1997 geleid tot een verdrag om omkoping van buitenlandse functionarissen strafbaar te stellen. De daardoor vereiste aanpassing van de Nederlandse wetgeving is inmiddels een feit.

Welk gedrag mag van bedrijven in het buitenland worden verwacht? Eerste gebod is dat bedrijven zich houden aan wetten regelgeving van het gastland. Maar vooral in ontwikkelingslanden geeft deze algemene regel niet altijd voldoende houvast. De praktijk toont aan dat het hanteren van een gedragscode het beste middel is om zowel het eigen personeel als de buitenwereld helderheid te verschaffen over de normen en waarden die het bedrijf hanteert. Die normen en waarden zijn niet allemaal naar eigen keuze. Een internationaal opererend bedrijf heeft te maken met internationaal vastgelegde normen. Van bijzonder belang voor internationale ondernemers zijn de fundamentele arbeidsrechten, zoals vastgelegd binnen de IAO. In Nederland zijn deze rechten in effectieve wet- en regelgeving of andere afspraken vastgelegd. Voor veel ontwikkelingslanden is dit niet het geval. Formeel gezien zijn de fundamentele arbeidsrechten plichten voor overheden, maar ze hebben uiteraard rechtstreekse consequenties voor werkgevers en werknemers. Alle drie partijen hebben zich gecommitted om de fundamentele arbeidsnormen te respecteren, te promoten en toe te passen. Het kabinet hecht er grote waarde aan dat Nederlandse ondernemers deze rechten overal en te allen tijde in praktijk brengen. Een kennis- en informatiecentrum inzake maatschappelijk verantwoord ondernemen zal hier een belangrijke functie kunnen hebben (zie para 4.3).

In het SER-advies wordt in para 6.3.3 ingegaan op de betekenis van de herziene OESO-Richtlijnen voor Multinationale Ondernemingen. Het kabinet deelt de visie van de SER dat hiermee het normatief kader is vastgelegd voor het gedrag van ondernemingen in het internationale verkeer. Het kabinet vraagt in dit verband nadrukkelijk aandacht voor het brede karakter van de OESO-Richtlijnen.

De Richtlijnen zijn niet bedoeld als een uitdrukking van de zorgen van de consument in westerse landen. Ze hebben vooral tot doel meer vertrouwen te laten ontstaan tussen buitenlandse bedrijven en de maatschappij waarbinnen zij actief zijn. Dat geldt vooral voor ontwikkelingslanden: juist daar doet zich immers vaak het probleem voor van leemtes in wetgeving of in de capaciteit om regels ten uitvoer te brengen, met name op het terrein van mededinging en belastingen. De OESO-Richtlijnen zijn dan ook een compleet stelsel van aanwijzingen op alle relevante terreinen. Uiteraard hebben milieu en arbeidsverhoudingen daarin een belangrijke plaats, zoals ook in het SER-rapport, dat zich primair richt op de situatie in Nederland. De Richtlijnen spreken zich echter daarenboven ook uit over zaken als corruptie, lokale consumentenbelangen, mededinging en belastingen.

Voorbeelden van ondernemersgedrag dat in ontwikkelingslanden kritisch wordt bezien zijn het gebruik maken van economische machtspositie, bijvoorbeeld door tijdelijke verkoop van producten beneden de kostprijs («restrictive business practices») of het verschuiven van de interne prijsstelling naar andere landen om fiscale redenen («transfer pricing»). De Richtlijnen geven daarmee aan dat het normatieve kader voor het internationaal optreden van ondernemingen verder strekt dan de eerder gememoreerde «drie p's» (profit, people, planet). Door zo specifiek mogelijke aanwijzingen voor het maatschappelijke gedrag van bedrijven te geven kunnen conflicten met de overheid en de bevolking van het gastland worden vermeden.

Uiteraard geven de Richtlijnen niet voor alle denkbare situaties een pasklare aanbeveling. Daarom zal dit instrument geregeld moeten worden geëvalueerd aan de hand van de opgedane ervaringen.

De SER besteedt ook uitvoering aandacht aan de rol van het Nationaal Contactpunt voor Multinationale Ondernemingen (NCP). Het NCP is hét platform voor de bespreking van alle aspecten van de OESO-Richtlijnen voor Multinationale Ondernemingen. Het kabinet wil de sociale partners en NGO's actief betrekken bij alles wat het NCP doet. Die betrokkenheid is inmiddels een feit: met de sociale partners wordt in het vernieuwde NCP structureel overlegd. Ook het onderhouden van structurele contacten met andere belanghebbenden, zoals de SER terecht adviseert, is al een feit: NGO's worden regelmatig voor overleg uitgenodigd. Het kabinet zal er op toezien dat alle in de Richtlijnen genoemde principes (dus meer dan alleen milieu en arbeidsverhoudingen) in het NCP aandacht krijgen.

4. Maatschappelijk verantwoord ondernemen op de langere termijn: beleidsvisie en initiatieven

4.1. Modeverschijnsel of structurele trend?

Is maatschappelijk verantwoord ondernemen een modeverschijnsel dat over een paar jaar uit de belangstelling raakt? Is het nauw verbonden met de huidige gunstige conjunctuur, en schrappen bedrijven maatschappelijke activiteiten dus uit het budget als de winsten onder druk komen te staan? De momentopname die dit kabinetsstandpunt is, kan daar geen zekerheid over geven. Maar het lijkt niet waarschijnlijk dat we hier met een tijdelijk fenomeen te maken hebben.

Daar is een aantal redenen voor:

- Uit de analyse van de SER blijkt dat maatschappelijk verantwoord ondernemen in feite al een lange traditie kent: de verschijningsvormen en de discussies veranderen naarmate de maatschappij verandert.
- Maatschappelijk verantwoord ondernemen heeft te maken met verzekering van de continuïteit. Daarvoor is maatschappelijke acceptatie, en daarmee een goede reputatie, een wezenlijke voorwaarde. Die levert immers de «license to operate» op.
- Belanghebbenden uit de maatschappij (consumenten, beleggers, NGO's) zullen bedrijven rechtstreeks blijven aanspreken op hun maatschappelijke verantwoordelijkheid, zowel binnen als buiten Nederland.
- Ook al blijft wet- en regelgeving het primaire middel tot ordening en normstelling (en de basis voor handhaving), er zullen maatschappelijke kwesties blijven die zich lenen voor een gezamenlijke aanpak met de «civil society»: burgers, bedrijven en NGO's.

Alle reden dus om ervan uit te gaan dat we hier met een structurele zaak te maken hebben, die vele en wisselende verschijningsvormen kent. Alle reden ook voor de overheid om hier blijvend, maar flexibel en in vele vormen op in te spelen.

4.2 Het overheidsbeleid inzake maatschappelijk verantwoord ondernemen

In de visie van het kabinet zou maatschappelijk verantwoord ondernemen de ambitie moeten zijn van alle bedrijven. Voorop staat de noodzaak van het betrachten van openheid. Als bedrijven hun eigen verantwoordelijkheid nemen en daarop kunnen worden aangesproken, is de rol van wet- en regelgeving navenant beperkt. De relatieve achterblijvers zullen vooral door positieve prikkels (uitwisselen best practices, ruimte voor vernieuwende initiatieven) moeten worden gestimuleerd mee te gaan in de ontwikkeling. Waar nodig worden de ontwikkelingen vastgelegd in wet- en regelgeving. Die is dan gericht op het vastleggen van minimumeisen. Vast staat dat maatschappelijk verantwoord ondernemen als zodanig niet alleen met wet- of regelgeving kan worden afgedwongen.

Daar waar de rijksoverheid samenwerkt met private partijen om maatschappelijke doelen te bereiken zal zij zich coherent en consequent moeten opstellen. De overheid moet een betrouwbare partner voor ondernemers zijn. Dat geldt uiteraard omgekeerd evenzeer. Een vast recept voor deze vorm van publiek-private samenwerking is echter niet te geven: maatschappelijk verantwoord ondernemen is immers maatwerk. De door de SER nader gedefinieerde rollen voor alle partijen zijn een belangrijke leidraad en toetssteen voor wat men globaal van elkaar mag verwachten.

4.3 Nieuwe initiatieven

Uit het bovenstaande is gebleken dat de overheid op tal van terreinen al bezig is met het thema maatschappelijk verantwoord ondernemen. Dat neemt niet weg dat het kabinet in het SER-advies, en in de zich ontwikkelende maatschappelijke discussie, een aansporing ziet niet alleen om het vigerende beleid met kracht voort te zetten maar ook om met aanvullende initiatieven te komen.

Lokaal

Lokaal partnerschap Op het lokale niveau wordt het maatschappelijk verantwoord ondernemen pas «echt» zichtbaar. Het gaat om concrete projecten die opgezet worden door lokale bedrijven, lokale overheden, maatschappelijke instellingen en burgers. Binnen deze «lokale partnerships» worden kennis en ervaring van de betrokkenen uitgewisseld en omgezet in daden. Dit gebeurt bijvoorbeeld op het gebied van sociale

uitsluiting, werkloosheid, gezondheid, leefbaarheid en veiligheid. Het kabinet wil de verschillende actoren binnen deze lokale partnerships ieder afzonderlijk, maar ook in gezamenlijkheid, ondersteunen. In de visie van het kabinet kan vooral de lokale overheid partijen bij elkaar brengen en initiatieven koppelen aan gestelde maatschappelijke doelen. Een dergelijke regisseursfunctie kan het kabinet niet van de gemeenten afdwingen. Daarom richt het zijn inspanningen erop gemeenten tot dit gedrag aan te moedigen.

Informer en motiveren van bedrijven

- Met de subsidiëring van stichting Samenleving & Bedrijf wordt voorzien in een zich uitbreidend bedrijsvennetwerk dat andere bedrijven probeert te overtuigen van de noodzaak van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Bedrijven die bedrijven aanspreken in dezelfde taal met voor bedrijven relevante argumenten.
- In het kader van een convenant over regionaal economisch beleid en regionale samenwerking tussen het kabinet, de VNG en het IPO, wordt een onderzoek uitgezet dat overheid en bedrijfsleven materiaal moet bieden om hun activiteiten een extra impuls te geven. Met het in kaart brengen van praktijkvoorbeelden (goede én slechte!) wordt aan bedrijven kennis en inzichten beschikbaar gesteld.
- Het kabinet wil het werknemersvrijwilligerswerk stimuleren. Uit dit werk blijkt de solidariteit en betrokkenheid van burgers en bedrijven met de samenleving. Er is brede overeenstemming dat vrijwilligerswerk voor de Nederlandse samenleving van onmisbare betekenis is¹. Stimulering vindt plaats door het professionaliseren van de welzijnssector: bevorderen dat de vraag van bedrijven beter aansluit bij het aanbod van welzijnsinstellingen. Een notitie over de fiscus en vrijwilligerswerk is in voorbereiding.

Versterking regierol lokale overheid

- Geregeld overleg met (groepen) gemeenten, zowel rechtstreeks, bijvoorbeeld in het kader van het grotestedenbeleid, als met de VNG en haar commissies. Doel is om samenwerking te belonen. Daarvoor zijn waar nodig vanuit de rijksoverheid financiële prikkels (b.v. co-financiering) beschikbaar.
- Kennis genereren en delen. De informatiebehoefte van gemeenten wordt onderzocht. Waar nodig kan assistentie worden verleend met organisatie en infrastructuur.
- Gemeentebesturen worden geholpen bij netwerkontwikkeling.
- Gemeenten moeten hun bekendheid, interactie en samenwerking met burgers en private partijen uit de samenleving versterken. Het kabinet zal de lokale overheden ondersteunen bij het opzoeken van burgers en burgerinitiatieven.

Professionalisering maatschappelijke instellingen Wil de welzijnssector in gezamenlijkheid met o.a. het bedrijfsleven werken aan de oplossing van maatschappelijke problemen, dan zal het zich moeten ontwikkelen als sociale ondernemer. Het kabinet wil in samenwerking met IPO, VNG en de werkgeversvereniging VOG (welzijnssector) afspraken maken over de professionalisering van de welzijnsinstellingen in een meerjarenakkoord.

Nationaal

Kennis- en informatiecentrum Op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen zijn tal van samenwerkingsverbanden actief, al dan niet met betrokkenheid van de overheid. Zij bestrijken met elkaar het brede spectrum van maatschappelijk verantwoord ondernemen, maar

¹ Kabinetsreactie op «ongekende aanknopingspunten», advies van de Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling over versterking van de sociale infrastructuur.

richten zich vaak op een onderdeel ervan. Daarom acht de SER de oprichting van een informatiecentrum wenselijk.

Het kabinet is het hier mee eens. De oprichting van een kenniscentrum kan pas geschieden na zorgvuldige analyse van de behoeften van de doelgroepen. De SER heeft een kenniscentrum voor ogen dat een spin in het (ww)web is en links naar alle relevante informatiebronnen legt. Het kabinet meent dat daarmee niet kan worden volstaan. Zijn ambitie is dat er een onafhankelijk kennis- en informatiecentrum maatschappelijk verantwoord ondernemen komt dat actief algemene informatie verzamelt, analyseert en verspreidt. Essentieel is dat een nieuw kenniscentrum goed wordt afgestemd met reeds bestaande kenniscentra waar raakvlakken mee bestaan, zoals bijvoorbeeld de kenniscentra PPS en GSB.

Verslaggeving De SER heeft het kabinet geadviseerd om de Raad voor Jaarverslaggeving te vragen om aanbevelingen te doen voor verbetering van de verslaggeving van bedrijven inzake maatschappelijk verantwoord ondernemen. Het kabinet volgt dit advies graag op. Meer transparantie door middel van verslaggeving is de uitdrukkelijke wens van het kabinet. Hiertoe zal het kabinet in de adviesaanvraag aan de Raad voor de Jaarverslaggeving een duidelijk kader schetsen. De Raad voor de Jaarverslaggeving zal worden gevraagd te bezien hoe in verslaggeving van bedrijven aandacht voor de fysieke en sociale omgeving waarin het bedrijf opereert een plaats kan krijgen. Hiertoe dient te worden bekeken of, en zo ja hoe, de «triple p»-benadering zoals die bij sommige bedrijven al in hun verslaggeving is terug te vinden, zich leent voor nadere uitwerking. Ook zullen bestaande initiatieven als het Global Reporting Initiative in de beschouwing moeten worden betrokken. De initiatieven van de Europese Commissie inzake vrijwillige richtlijnen voor verslaggeving worden door Nederland gesteund.

Het kabinet ziet het advies van de Raad als hulpmiddel om invulling te geven aan haar ambitie om het percentage van bedrijven dat maatschappelijk verantwoord ondernemen in verslaggeving vastlegt, aanzienlijk te verhogen. Uiteraard moet rekening worden gehouden met schaafeffecten (grote bedrijven versus MKB) en met de administratieve lastendruk.

NMP4 Op milieugebied is er de afgelopen jaren zeer veel bereikt. De doelen voor 2010 komen dan ook merendeels in zicht. Maar een aantal grote milieuproblemen (klimaatverandering, verlies aan biodiversiteit, overexploitatie van natuurlijke hulpbronnen e.d.) is nog niet opgelost. Evident is dat de overheid een eigen verantwoordelijkheid heeft om deze problemen het hoofd te bieden. Duidelijk is echter ook dat de overheid de milieuproblemen, hier en elders, die een directe relatie hebben met de Nederlandse productie en consumptie, handel, investeringen en financieringen niet alleen kan oplossen. Van bedrijven mag worden verwacht dat zij, zowel in Nederland als in het buitenland, bij het ondernemen rekening houden met wensen die in de maatschappij of bij consumenten leven. Zij dienen een bijdrage te leveren aan economische, sociale en ecologische vooruitgang met het oog op het realiseren van duurzame ontwikkeling. Bedrijven zijn ook als geen ander in staat zelf die oplossingen te vinden. Zeker als zij milieu (in samenhang met economische en sociale belangen) in hun ondernemingsstrategie integreren. Op die manier kunnen zij ook een belangrijke bijdrage leveren aan het beleid dat het NMP4 in gang wil zetten. Via het milieubeleid wil de overheid dus duidelijk bijdragen aan maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Overheid als marktpartij De overheid treedt ook zelf op als marktpartij. Zij is werkgever, inkoper en aanbesteder. In die rol is de overheid er veel aan gelegen om maatschappelijk verantwoord te handelen. Ook voor de overheid geldt dat verantwoordelijkheid niet ophoudt bij wettelijke verplicht-

tingen. Initiatieven als «duurzaam inkopen» en «innovatief aanbesteden» zijn voorbeelden van bewust beleid van de overheid om haar inkoop- en aanbestedingsbeleid te vernieuwen.

De Tweede Kamer heeft duidelijk gemaakt dat zij een gedragscode voor de overheid als ondernemer wenselijk acht. Met inachtneming van de wettelijke kaders (de overheid is immers gehouden aan het aanbestedingsbeleid zoals dat in Europees verband is afgesproken) is het kabinet voornemens om een leidraad voor maatschappelijk verantwoord inkopen en aanbestedingen te formuleren. De precieze invulling hiervan vindt plaats in samenspraak met belanghebbenden. Het streven is om zoveel mogelijk aan te sluiten bij bestaande programma's, zoals duurzaam inkopen.

Internationaal

Informeel netwerk Op dit moment bestaat tussen Ierland, het Verenigd Koninkrijk, Denemarken en Nederland op rijksniveau geregeld overleg over het onderwerp maatschappelijk verantwoord ondernemen. Doel is het elkaar informeren over nieuwe ontwikkelingen en het organiseren van een counterpart voor het multinationale bedrijfsleven. Het kabinet wil dit «lerend» netwerk verder uitbreiden en wil een grotere nadruk leggen op de uitwisseling tussen de verschillende nationale overheden. Een internationale conferentie zou hiertoe een goede aanzet kunnen bieden.

Milieuschade in het buitenland De per 1 februari 2001 in werking getreden nieuwe strafbaarstelling betreffende omkoping van buitenlandse overheidsfunctionarissen heeft de aandacht gevestigd op de ruime mogelijkheden tot het uitoefenen van rechtsmacht met betrekking tot in het buitenland begane strafbare feiten. Vanuit deze invalshoek kan ook gekeken worden naar in het buitenland begane milieudelicten. Het kabinet wil echter ook anderszins bezien op welke wijze milieuschade in het buitenland door optreden van Nederlandse bedrijven kan worden voorkomen. Zo is het de vraag of er niet op internationaal niveau andere regels op dit gebied tot stand moeten worden gebracht. Het kabinet zal de mogelijkheden voor dit soort initiatieven in kaart brengen.

5. Tot slot

Maatschappelijk verantwoord ondernemen is een verschijnsel dat niet meer weg te denken is. Het is het antwoord van het bedrijfsleven op structurele veranderingen in de samenleving en de internationale gemeenschap. Het boeiende spel van vraag en antwoord is bij lange na niet uitgespeeld. Sterker nog, het spel kent geen einde. Gegeven de dynamiek die inherent is aan maatschappelijk verantwoord ondernemen, moet de invulling van de rol van de overheid ook ruimte laten voor een synchroon mee bewegen met toekomstige behoeften, accentverschuivingen en nieuwe ontwikkelingen.

Deze notitie is niet alleen een plaatsbepaling; een verheldering van de zienswijze van de overheid op maatschappelijk verantwoord ondernemen en de vertaling daarvan naar de beleidspraktijk. Het kabinet heeft met deze notitie ook een aanzet willen geven voor een dialoog met het parlement, het bedrijfsleven en andere belanghebbenden. In die zin is dit schrijven een vertrekpunt voor de verdere gedachtevorming over de rol van de overheid bij het bevorderen van maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Omdat maatschappelijk verantwoord ondernemen zeker in de nabije toekomst niet uitgekristalliseerd zal zijn, wil het kabinet voeling houden met ontwikkelingen in het veranderlijke domein van maatschappelijk ondernemerschap. Zij zal het parlement informeren over haar bevin-

dingen en over de voortgang van aangekondigde en mogelijke nieuwe beleidsinitiatieven.

De Staatssecretaris van Economische Zaken,
G. Ybema