

september 2001

---

*Resultaten onderzoek naar  
duurzaamheidsverslaggeving bij Nederlandse  
beursgenoteerde ondernemingen*

**"Duurzaamheidsverslag  
onvermijdelijk"**



<b>INHOUD</b>	<b>BLAD</b>
1 INLEIDING	7
2 ACHTERGROND	8
2.1 Duurzaamheidsverslag onderdeel Duurzaam ondernemen	8
2.2 Geïntegreerde visie op duurzaamheid meerwaarde verslag	9
2.3 Ontwikkelingen gestaag maar onomkeerbaar	10
3 RESULTATEN ONDERZOEK	12
3.1 Respons onder grote ondernemingen aanzienlijk	12
3.2 Meerderheid verwacht acceptatie verslaggeving	12
3.3 Diversiteit motieven is groot	14
3.4 Gebrek kennis en meet- en registratiesysteem grootste knelpunten	16
3.5 Hoopvolle toekomst GRI	18
3.6 Drang naar betrouwbaarheid maakt verificatie noodzaak	19
3.7 Stakeholders kritisch over motieven ondernemingen	20
4 CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN	22
5 DE ADVIESGROEP DUURZAAM ONDERNEMEN VAN DHV	26

**BIJLAGEN:**

- 1 Literatuurlijst
- 2 Soorten verslagen
- 3 Geïnterviewde personen

'De samenleving moet weten wat onze maatschappelijke verantwoordelijkheid is. En we willen daarop aanspreekbaar zijn',

Ewald Kist, bestuursvoorzitter ING over het Maatschappelijk verslag 2000

'An important part of building confidence is the publication of reliable information that gives a fair picture of our performance. Without verification by respected organisations neither you nor we can be sure that real progress is being made in critical areas covered by this report.'

The Shell report, 2000

„Je moet veel aandacht geven aan ecologie, anders overleef je in deze tijd niet meer. "

Wout Dekker, Bestuursvoorzitter Nutreco over het Sociaal en Milieuverslag 2000

## Management Samenvatting

Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO), of beter duurzaam ondernemen, wordt steeds belangrijker voor Nederlandse ondernemingen. Het opstellen van een duurzaamheidsverslag is hierin een betrekkelijk nieuw fenomeen in Nederland. Duurzaamheidsverslaggeving betreft de integrale externe rapportage van ondernemingen omtrent sociale, ecologische en economische prestaties aan stakeholders. Dit staat ook wel bekend als rapporteren over de 'Triple P Bottom Line': People, Planet & Profit. De meerwaarde van een duurzaamheidsverslag ligt in de integratie van de Triple P en een geïntegreerde visie op duurzaam ondernemen. De internationale richtlijn van het Global Reporting Initiative (GRI) is een hulpmiddel bij het opstellen van een verslag.

De Adviesgroep Duurzaam Ondernemen van Advies- en Ingenieursbureau DHV te Amersfoort heeft in samenwerking met de Erasmus Universiteit Rotterdam een onderzoek uitgevoerd naar duurzaamheidsverslaggeving bij Nederlandse beursgenoteerde ondernemingen. Het onderzoek heeft bestaan uit diepte-interviews met bedrijven en stakeholders, een enquête onder alle beursgenoteerde ondernemingen en literatuuronderzoek.

### *Resultaten*

Een meerderheid van 54% van de ondernemingen verwacht dat het opstellen van een duurzaamheidsverslag binnen vijf jaar een algemeen geaccepteerd fenomeen zal zijn. Dit bevestigt dat duurzaamheidsverslaggeving als onderdeel van maatschappelijk verantwoord ondernemen ook in het bedrijfsleven in de belangstelling staat, naast de aandacht die de politiek, de overheid, de media en actiegroepen momenteel aan het onderwerp schenken.

Transparantie en een mogelijkheid tot communiceren richting de stakeholders worden door respectievelijk 60% en 56% van de ondernemingen genoemd als belangrijk motief om een duurzaamheidsverslag op te stellen. Reputatiemanagement (50%) is een derde belangrijk motief. Druk vanuit financiële instellingen zoals pensioenfondsen wordt tevens steeds belangrijker

Naast het ontbreken van een meet- en registratiesysteem (63%) wordt het gebrek aan kennis en ervaring door 54% als belangrijk knelpunt ervaren bij het opstellen van een verslag. Dit betreft zowel het gebrek aan inzicht in benodigde en voorhanden zijnde gegevens binnen de onderneming als kennis over hoe een duurzaamheidsverslag er uit zou moeten zien. Ook het ontbreken van een algemeen geaccepteerde richtlijn voor duurzaamheidsverslaggeving wordt door 50% als een probleem gezien, alhoewel 38% van de ondernemingen bekend is met het GRI. Een kleine meerderheid (52%) van de

ondernemingen verwacht dat een standaard noodzakelijk zal zijn voor een verdere ontwikkeling van duurzaamheidsverslaggeving.

De hoeveelheid duurzaamheidsverslagen die in Nederland wordt opgesteld is op dit moment nog gering. Momenteel lijkt het er op dat er slechts enkele bijkomen in Nederland. Op grond van het onderzoek verwachten wij dat vanaf dit jaar de trendbreuk is ingezet. Ondernemingen die op dit moment echter veel informatie geven en transparant zijn in hun verslag worden vaak op de inhoud van het verslag bekritiseerd, hetgeen demotiverend kan werken. De aanwezigheid van een stimulerende omgeving voor ondernemingen is van belang voor de verdere ontwikkeling van duurzaamheidsverslaggeving. Hier ligt voor stakeholders wellicht een rol om op een gepaste wijze om te gaan met juist die ondernemingen die transparant zijn. Ook de mate waarin het GRI of een andere richtlijn geaccepteerd wordt, de manier waarop opinieleidende ondernemingen met duurzaamheidsverslaggeving omgaan en de mate waarin het verslag een meerwaarde is voor de onderneming, zullen bepalend zijn voor de toekomst van duurzaamheidsverslaggeving.

Het veld van de duurzaamheidsverslaggeving is flink in beweging. De Raad voor de Jaarverslaggeving (RJ) is momenteel bezig aan haar advies voor het Kabinet over maatschappelijke verslaggeving. Het Ministerie van Economische Zaken is begonnen met opzetten van een kenniscentrum voor maatschappelijk verantwoord ondernemen. Groen Links en de PvdA hebben een wetsvoorstel ingediend voor een vorm van verplichte duurzaamheidsverslaggeving door ondernemingen. Blijkens ons onderzoek ziet een meerderheid van de ondernemingen dat een duurzaamheidsverslag in de nabije toekomst onvermijdelijk is. Wellicht is daar voorzichtig de conclusie uit te trekken dat een wettelijke verplichting voor de eerstkomende jaren nog niet zinvol is maar dat de overheid beter zich kan concentreren op het stimulerende en kaderscheppende activiteiten.

Het nadenken en vormgeven van een duurzaamheidsverslag blijkt in de praktijk een goede aanleiding te zijn voor ondernemingen om een beleid en strategie te formuleren ten aanzien van duurzaam ondernemen.

Wij bevelen ook aan om, naast de ACC Award voor het beste Nederlandse milieujaarverslag, ook een dergelijk prijschema in te voeren voor duurzaamheidsverslaggeving.

## 1 INLEIDING

Voorliggend onderzoek beoogt het verkrijgen van inzicht in de visie van Nederlandse beursgenoteerde ondernemingen ten aanzien van duurzaamheidsverslaggeving op corporate niveau (ook wel bekend als maatschappelijke verslaggeving), zowel nu als in de toekomst. Dit onderzoek is uitgevoerd door de Adviesgroep Duurzaam Ondernemen van adviesbureau DHV te Amersfoort in samenwerking met de Erasmus Universiteit Rotterdam. Naar aanleiding van resultaten van dit onderzoek is tevens een scriptie geschreven aan de Faculteit der Bedrijfskunde van de Erasmus Universiteit Rotterdam.

Centrale vragen zijn:

1. 'Wat is de visie van Nederlandse beursgenoteerde ondernemingen op de huidige ontwikkelingen op het gebied van duurzaamheidsverslaggeving en de invloed hiervan op toekomstige ontwikkelingen?'
2. Wat zijn mogelijke consequenties hiervan op de ontwikkeling van de duurzaamheidsverslaggeving in Nederland?

Uit deze vragen zijn onderstaande deelvragen af te leiden:

1. Welke ontwikkelingen verwachten Nederlandse beursgenoteerde ondernemingen in de toekomst op het gebied van duurzaamheidsverslaggeving?
2. Wat zijn motieven van Nederlandse beursgenoteerde ondernemingen om een duurzaamheidsverslag op te stellen?
3. Welke knelpunten worden ervaren door de Nederlandse beursgenoteerde ondernemingen ten aanzien van duurzaamheidsverslaggeving?
4. Wat is de houding van Nederlandse beursgenoteerde ondernemingen ten aanzien van het Global Reporting Initiative?
5. Wat is de houding van Nederlandse beursgenoteerde ondernemingen ten aanzien van verificatie van duurzaamheidsverslagen?
6. Wat is de visie van de stakeholders op duurzaamheidsverslaggeving?

Met behulp van enquêtes, interviews en literatuuronderzoek is een overzicht verkregen van hoe Nederlandse beursgenoteerde ondernemingen ontwikkelingen op het gebied van duurzaamheidsverslaggeving inschatten en hierop reageren. Bijlage 1 geeft een overzicht van de geraadpleegde literatuur. In bijlage 3 treft u een overzicht aan van de geïnterviewde personen van ondernemingen en stakeholders.

In het vervolg van dit rapport zal eerst worden ingegaan op de begrippen duurzaam ondernemen, de Triple P en duurzaamheidsverslaggeving hetgeen dient als achtergrondinformatie. Vervolgens worden de resultaten van het onderzoek besproken.

## 2 ACHTERGROND

In dit hoofdstuk zal worden ingegaan op de begrippen duurzaam ondernemen, de Triple P en het Global Reporting Initiative. Tevens zal de meerwaarde van een duurzaamheidsverslag aan de orde komen, waarna verschillende toekomstscenario's voor de duurzaamheids-verslaggeving toegelicht zullen worden.

### 2.1 Duurzaamheidsverslag onderdeel Duurzaam ondernemen

#### *SER advies drukt stempel op debat duurzaam ondernemen*

Volgens de definitie van het SER advies 'Winst van Waarden', een advies over duurzaam ondernemen dat in december 2000 is uitgebracht, bepalen verschillende elementen binnen een onderneming of er van duurzaam ondernemen kan worden gesproken. Een belangrijk element is het 'zich bewust richten van de ondernemingsactiviteiten op waardecreatie in de drie dimensies - People, Planet & Profit - en daarmee op de bijdrage aan de maatschappelijke welvaart op langere termijn. Het onderhouden van een relatie met verschillende stakeholders is tevens nuttig om een dialoog over duurzaamheid te bevorderen. Op deze manier kan adequaat worden ingesprongen op vragen uit de maatschappij.

#### *Triple P leidraad bij Duurzaam Ondernemen en duurzaamheidsverslaggeving*

Bij duurzaam ondernemen wordt vaak de term Triple P Bottom Line gebruikt, kortweg "Triple P". Dit verwijst naar de dimensies People, Planet & Profit, de drie dimensies van duurzaamheid. De People-aspecten betreffen de sociaal-ethische prestaties van een onderneming. Planet betreffen de prestaties op het gebied van milieu en ecologie. De laatste P van Profit betreft de aandacht voor de economische impact van de onderneming. In een duurzaamheidsverslag wordt verslag gedaan van de prestaties ten aanzien van de Triple-P aspecten in de verslagperiode. Er kunnen vergelijkingen worden getrokken met een sociaal- of milieuverslag. De overeenkomsten en verschillen tussen sociaal- en milieujaarverslagen en een duurzaamheidsverslag worden verder uitgewerkt in paragraaf 2.2.

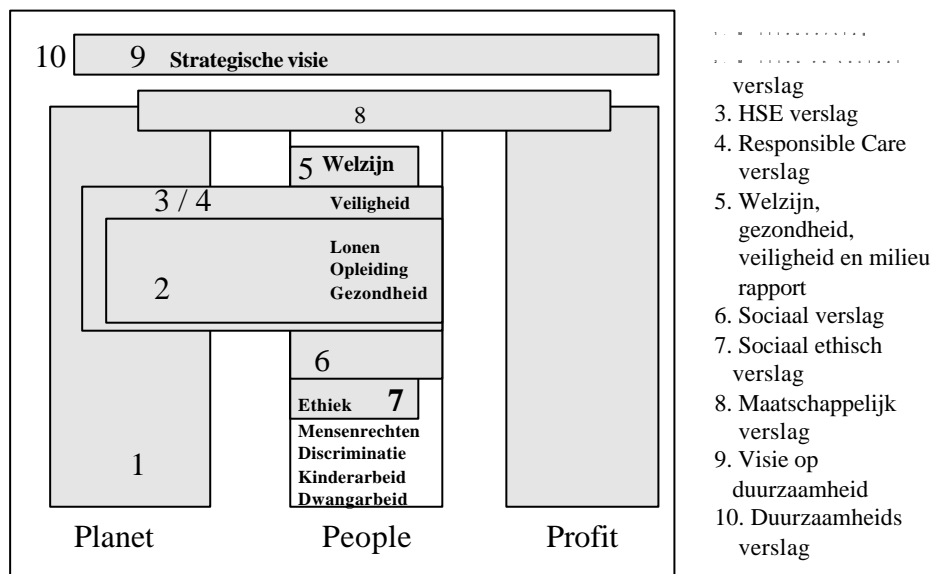
#### *GRI als richtlijn voor duurzaamheidsverslaggeving*

Een belangrijk aspect van de verslaggeving betreft de wet- en regelgeving hiervoor. Hierbij is het zinvol te kijken naar initiatieven op het gebied van milieu- en sociale verslagen. Er wordt bij milieuverslagen onderscheid gemaakt tussen een overheidsverslag en een publieksverslag. Voor ruim 250 locaties zijn de ondernemingen volgens de Wet milieubeheer verplicht om een publieksmilieuverslag op te stellen. Voor het opstellen van een sociaal verslag zijn in Nederland geen wetten, zoals dit in andere landen soms wel het geval is (bijvoorbeeld in Amerika).

Om de inhoud van duurzaamheidsverslagen te uniformiseren is de internationale richtlijn voor duurzaamheidsverslaggeving van het Global Reporting Initiative (GRI) samengesteld. In het GRI worden sociale, milieu- en economische prestatie-indicatoren onderscheiden waarover gerapporteerd dient te worden.

Ondernemingen gebruiken vele verschillende namen voor hun maatschappelijke verslagen. In onderstaand figuur worden door ondernemingen gebruikte namen naast elkaar gezet en vergeleken, waarbij de onderverdeling volgens het GRI in Planet, People en Profit wordt aangehouden. Voor een verdere toelichting op de onderscheiden verslagen wordt verwezen naar bijlage 2.

### Schema verschillende soorten verslagen



## 2.2 Geïntegreerde visie op duurzaamheid meerwaarde verslag

Vaak wordt verondersteld dat een duurzaamheidsverslag een 'optelsom' is van een milieuverslag en een sociaal verslag. Dit is echter niet zo. Er is zijn duidelijke verschillen waar te nemen, wanneer afzonderlijke milieu- en sociale verslagen worden vergeleken met de te rapporteren prestatie-indicatoren van het GRI. Het meest belangrijke onderscheid is de geïntegreerde visie op duurzaam ondernemen die volgens de maatstaven van het GRI in een duurzaamheidsverslag moet worden gegeven. Deze integratie geeft een grote meerwaarde aan een duurzaamheidsverslag ten opzichte van een milieu- of sociaal verslag. Helaas wijst de praktijk uit dat deze integratie vaak nog niet voorkomt in de al bestaande duurzaamheidsverslagen.

Het milieugedeelte van een duurzaamheidsverslag deels overeen met de inhoud van een milieuverlag. In een duurzaamheidsverslag gaat het ook verder over onderwerpen als ecosystemen, biodiversiteit, genetische modificatie, dierenwelzijn en dergelijke (voor zover van toepassing). Het verschil tussen de sociale indicatoren van een duurzaamheidsverslag en de inhoud van een sociaal verslag is echter betrekkelijk groot. Binnen een duurzaamheidsverslag komen op dit vlak zaken als het beleid ten aanzien van mensenrechten, kinderarbeid & dwangarbeid aan de orde, terwijl dit in sociale verslagen niet wordt behandeld en de nadruk ligt op HRM-aspecten.

Momenteel zijn er nog geen algemeen geaccepteerde geïntegreerde duurzaamheidsindicatoren die de duurzaamheidsprestaties integraal uitdrukken. Hier wordt en zal nog veel onderzoek naar gedaan moeten worden.

### 2.3 Ontwikkelingen gestaag maar onomkeerbaar

Het veld van de duurzaamheidsverslaggeving kan zich nog in vele richtingen ontwikkelen. Drie scenario's worden onderscheiden, hier verder 'De drie A's' genoemd: Acceptatie, Aanmodderen en Afwijzing. Zij zullen hieronder worden toegelicht. Welk scenario gevolgd zal worden, zal in grote mate afhankelijk zijn van opinieleidende ondernemingen, als we wet- en regelgeving even niet meenemen.

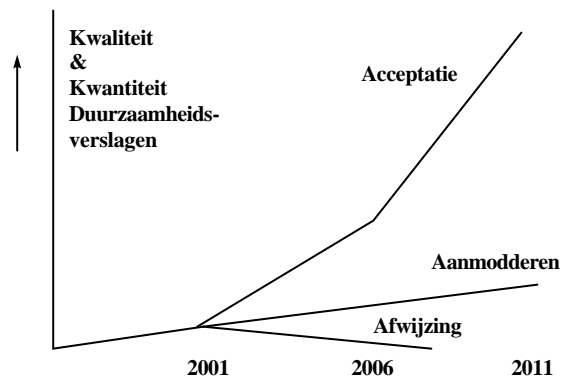
*Acceptatie:* Een complete ommekeer in communicatie van ondernemingen met stakeholders. Wereldwijde regelgeving is niet noodzakelijk, verifieerbaar rapporteren wel. Over vijf jaar hebben alle toonaangevende ondernemingen een duurzaamheidsverslag. Steeds meer ondernemingen publiceren en worden aangespoord door prestaties van anderen. Stakeholders zijn constructief bezig met hun communicatie richting ondernemingen.

*Aanmodderen:* Een continue evolutie vindt plaats op het gebied van duurzaam ondernemen. De directe impact op het totaal aantal ondernemingen is echter relatief klein. Bij een economische recessie zullen bepaalde ondernemingen wellicht bezuinigen door geen duurzaamheidsverslagen op te stellen. Het aantal ondernemingen dat een duurzaamheidsverslag opstelt, is echter een stuk kleiner dan bij het Acceptatie scenario. Ook de kwaliteit van de verslagen is lager.

*Afwijzing:* In dit scenario stoppen ondernemingen met het publiceren van hun duurzaamheids- en milieuverlagen of schroeven hun activiteiten flink terug. Dit komt door de niet-stimulerende omgeving waarin zij ondernemen, hetgeen bijvoorbeeld zou zijn vanwege de extreem kritische houding van stakeholders op ondernemingen die publiceren en daardoor kwetsbaarder worden. Akzo Nobel heeft bijvoorbeeld na jarenlang een goed milieuverlag gepubliceerd te hebben, laten weten dat zij hiermee zal stoppen vanwege

hoge kosten en onvoldoende interesse van stakeholders in het verslag. Ook Shell wordt minder transparant. In het Shell Report 2000 wordt over minder elementen uit het GRI gerapporteerd dan het verslag over 1999, blijkt uit een onderzoek van de Vereniging van Beleggers voor Duurzame Ontwikkeling (VBDO). Wanneer door dit 'Akzo-effect' verscheidene ondernemingen stoppen met publiceren zal dit kunnen resulteren in Afwijzing van duurzaamheidsverslaggeving. De verschillende scenario's zijn grafisch weergegeven in onderstaand figuur.

### Drie scenario's



Het is de vraag welk scenario van toepassing zal worden op duurzaamheidsverslaggeving in Nederland. Naar aanleiding van de resultaten van ons onderzoek zal een uitspraak gedaan worden over de verwachtingen van ondernemingen over deze toekomst. Het meest wenselijk voor stakeholders is natuurlijk het "Acceptatie-scenario". Wanneer veel ondernemingen een duurzaamheidsverslag opstellen wordt het mogelijk om prestaties van ondernemingen (eventueel binnen branches) met elkaar te vergelijken. Transparantie en inzichtelijkheid van ondernemingen wordt sterk verhoogd.

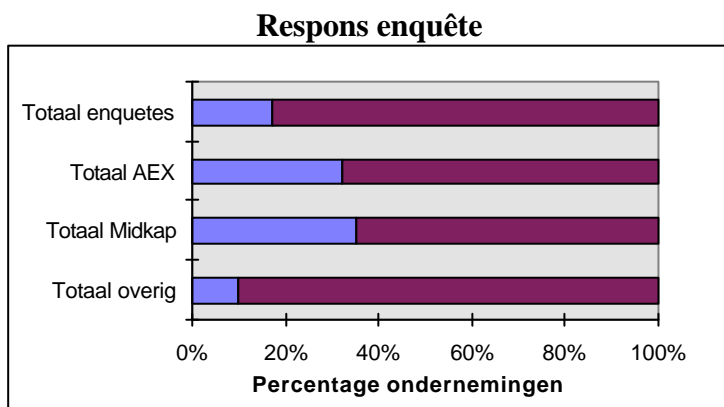
Vanuit organisaties als de VBDO, verschillende maatschappelijke organisaties zoals Amnesty en Greenpeace, maar ook vanuit de overheid zijn momenteel geluiden waarneembaar die pleiten voor meer aandacht aan duurzaamheidsverslaggeving. Ondernemingen springen in op deze toenemende belangstelling. Wanneer zij zien dat concurrenten voordelen behalen met hun visie en beleid op het gebied van duurzaamheid en relaties met stakeholders, kan dit stimulerend werken om zich steeds meer bezig te houden met duurzaam ondernemen en gerelateerd hieraan duurzaamheidsverslaggeving.

### 3 RESULTATEN ONDERZOEK

Resultaten van de enquêtes en interviews zullen per onderwerp worden behandeld. Na een toelichting op de respons, wordt ingegaan op de acceptatie van duurzaamheidsverslaggeving. Vervolgens zal aandacht besteed worden aan motieven, knelpunten, het GRI, externe verificatie en stakeholders.

#### 3.1 Respons onder grote ondernemingen aanzienlijk

De respons op de enquête die is verstuurd naar alle beursgenoteerde ondernemingen is in totaal 17%. Wanneer echter een onderverdeling wordt gemaakt in AEX, Midkap en overige ondernemingen (lokaal), blijkt de respons van AEX en Midkap ondernemingen respectievelijk 32% en 35% te zijn (zie onderstaande figuur). De visie van juist deze ondernemingen is van groot belang, aangezien deze ondernemingen vaak opinieleidende, grote en sterk internationaal georiënteerde ondernemingen zijn. Ze kunnen als voorbeeld dienen voor andere ondernemingen.

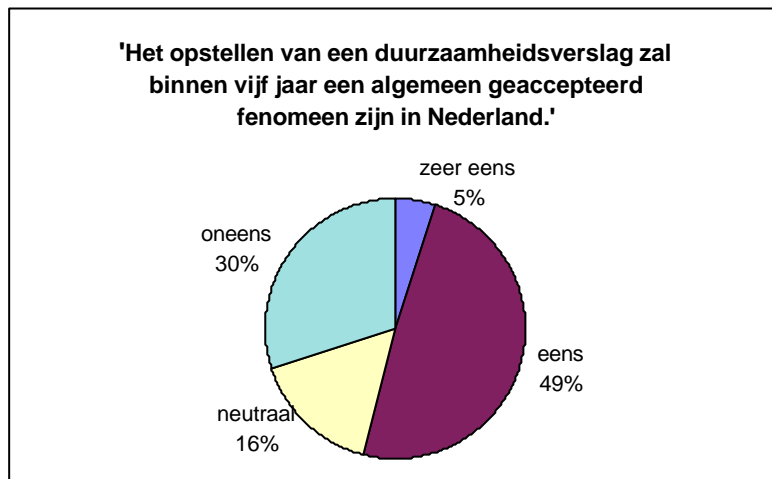


#### 3.2 Meerderheid verwacht acceptatie verslaggeving

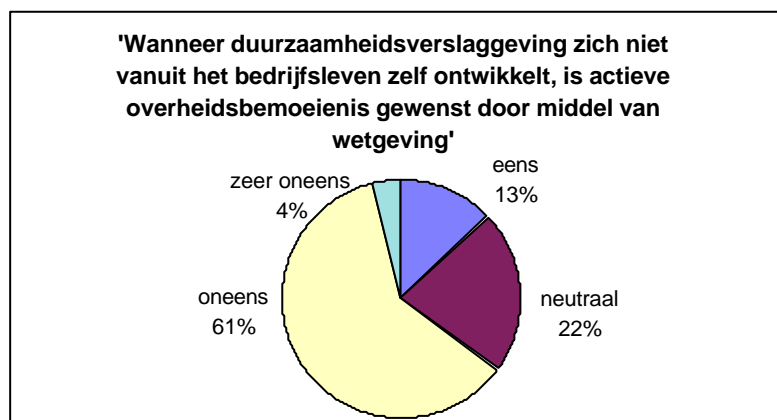
Een meerderheid van 54% van de ondernemingen verwacht dat het opstellen van een duurzaamheidsverslag binnen vijf jaar een algemeen geaccepteerd fenomeen zal zijn (zie onderstaande figuur). Dit bevestigt dat duurzaamheidsverslaggeving als onderdeel van duurzaam ondernemen ook in het bedrijfsleven in de belangstelling staat, naast de aandacht die de overheid, de politiek, de media en actiegroepen momenteel aan het onderwerp schenken. Immers, de Raad voor de Jaarverslaggeving is momenteel bezig met het voorbereiden van een advies aan het Kabinet over maatschappelijke verslaggeving. Groen Links en de PvdA hebben een wetsvoorstel ingediend aangaande verplichte rapportage over duurzaam ondernemen bij de Tweede Kamer en maatschappelijke

organisaties laten hun stem horen via onder andere het Manifest 'Profijt van Principes' ondertekend door dertig maatschappelijke organisaties en dringen aan op verplichte verslaggeving.

Ook bij aandeelhoudersvergaderingen is meer druk waarneembaar van bijvoorbeeld de VBDO.



65% van de ondernemingen vindt het *niet gewenst* dat de overheid ingrijpt en met wetten of regelgeving probeert de ontwikkeling van duurzaamheidsverslaggeving tracht te stimuleren. De taak van de overheid op het gebied van MVO moet volgens de meeste ondernemingen slechts faciliterend en stimulerend zijn; door marktwerking zouden ondernemingen vanzelf worden aangespoord om een duurzaamheidsverslag op te stellen. Deze mening is dus strijdig met het eerder genoemde wetsvoorstel van Groen Links en de PvdA.

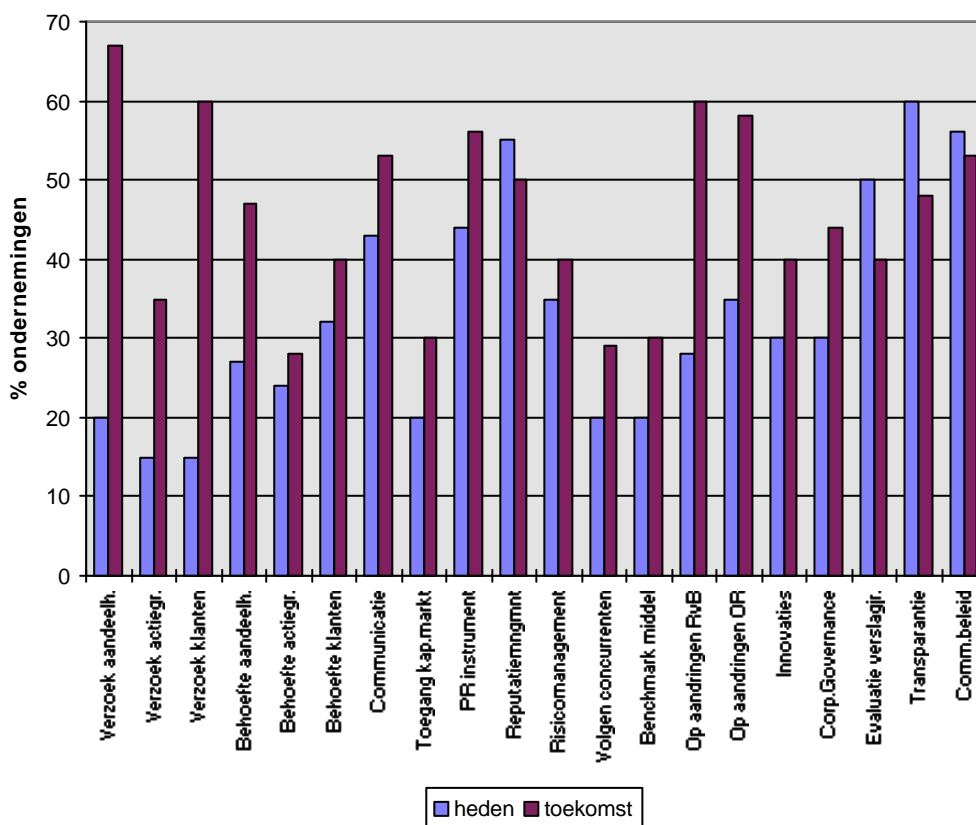


### 3.3 Diversiteit motieven is groot

Respectievelijk 60% en 56% van de ondernemingen vindt het creëren van meer transparantie en de mogelijkheid tot meer communicatie richting stakeholders belangrijke motieven voor het opstellen van een verslag. Toenemende externe druk, zowel van actiegroepen, een kritischer consument als aandacht vanuit financiële instellingen zorgen grotendeels voor deze drang tot transparantie en communicatie. Met 55% is ook reputatiemanagement een belangrijk motief voor het opstellen van een verslag.

In de toekomst wordt de mening van aandeelhouders en klanten belangrijke en ook de druk die uitgaat van de financiële markt zal steeds meer toenemen. Duurzaam beleggen komt steeds meer in zwang en communicatie over de duurzaamheidsprestaties wordt daarbij steeds meer vereist. In onderstaand figuur is een overzicht van motieven van ondernemingen in het heden en de toekomst.

Motieven opstellen duurzaamheidsverslag



*Mening aandeelhouder en klanten belangrijker dan mening actiegroepen*

Grote verschillen zijn waar te nemen tussen heden en toekomst. Wanneer aandeelhouders of klanten in de toekomst vragen om een verslag op te stellen zal dit volgens 67% respectievelijk 60% een motief zijn om als onderneming een verslag uit te gaan brengen. Momenteel zijn deze percentages 20% en 15%. Ook wordt gevonden dat de motieven 'Op initiatie van de RvB of aandringen van de OR' veel belangrijker worden in de toekomst. Het publiceren op verzoek (35%) of indirecte behoefte (28%) van actiegroepen zal verrassend minder snel aanleiding zijn voor het opstellen van een verslag dan van klanten of aandeelhouders. De mening van actiegroepen is in de beleving van ondernemingen dus aanzienlijk minder belangrijk dan de mening van aandeelhouders en klanten, hetgeen als een belangrijke uitkomst gezien mag worden van dit onderzoek.

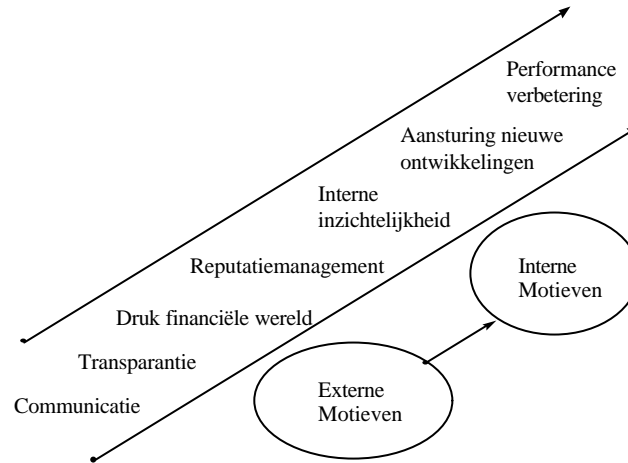
*Groot bewustzijn aanwezigheid in landen*

66% van de ondernemingen vindt dat de noodzaak tot het opstellen van een verslag vergroot wordt wanneer de onderneming aanwezig is in bepaalde (ontwikkelings-)landen, waar bijvoorbeeld andere normen en waarden gelden.



Externe motieven en externe druk zijn vaak doorslaggevender dan meer intern gerichte motieven, zoals het aansturen van nieuwe ontwikkelingen en een verbeterproces/leercurve willen ontwikkelen. Het opstellen van een verslag is in de meeste gevallen incident gedreven of een vorm van reputatie- of risicomangement. Wanneer ondernemingen verder zijn op het pad van duurzame ontwikkeling, zijn hun motieven vaak meer doordacht om een duurzaamheidsverslag op te stellen. Hierbij staan transparantie, communicatie en druk uit de financiële wereld aan het begin van het traject. Verderop worden andere, meer intern gerichte motieven belangrijk. Motieven aan het begin van het traject verliezen langzaam aan belang. In de volgende figuur is dit gevisualiseerd.

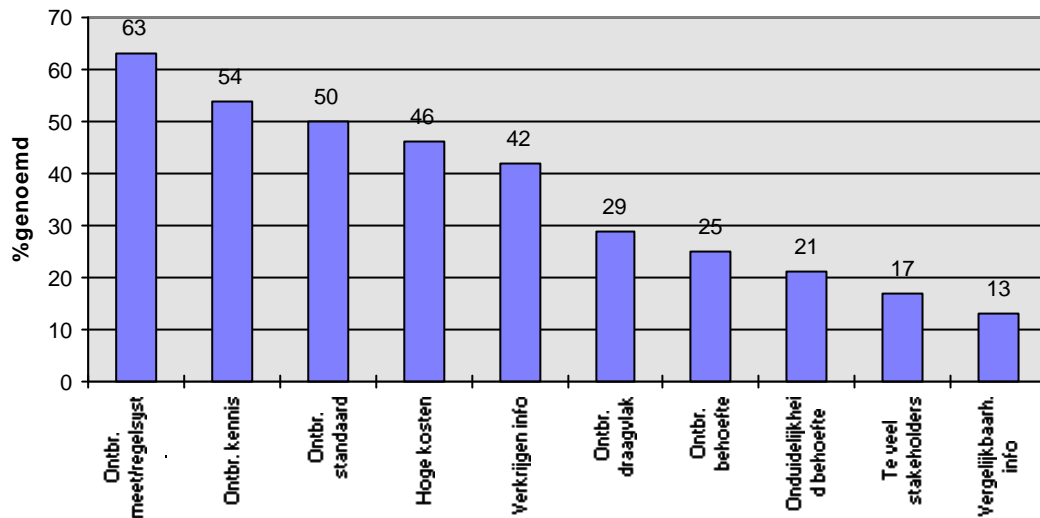
### Ontwikkelingspad duurzaamheidsverslaggeving



#### 3.4 Gebrek kennis en meet- en registratiesysteem grootste knelpunten

Momenteel is het aantal duurzaamheidsverslagen nog zeer beperkt. De ontwikkelingen gaan langzaam. Dit komt door verschillende problemen waar ondernemingen mee kampen. Naast het ontbreken van meet- en registratiesystemen voor de gegevens (63%) wordt het gebrek aan kennis en ervaring door 54% als belangrijk knelpunt ervaren bij het opstellen van een verslag. Dit betreft zowel het gebrek aan kennis over de benodigde en beschikbare gegevens binnen de onderneming als kennis over hoe een duurzaamheidsverslag er uit zou moeten zien.

### Knelpunten opstellen verslag



Ook het ontbreken van een standaard wordt door 50% als een probleem gezien, alhoewel 38% van de ondernemingen bekend is met het GRI, de richtlijn voor duurzaamheidsverslaggeving. Hoge kosten die gepaard gaan met het ontwikkelen en opstellen van een verslag wordt tevens door 46% ervaren als probleem

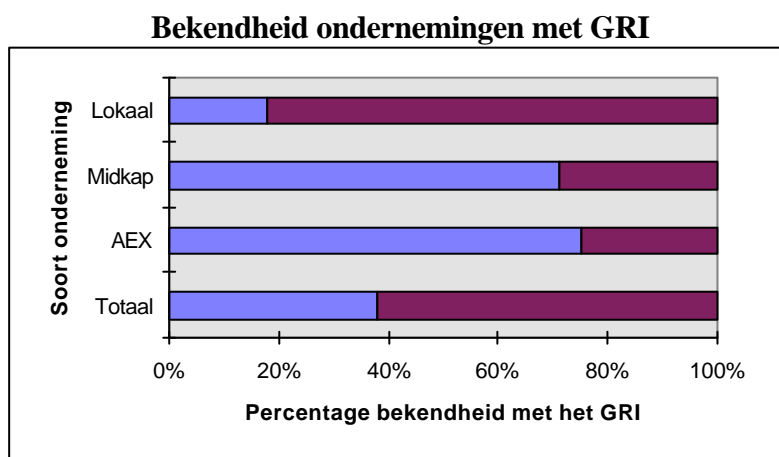
Van de ondernemingen verwacht 52% dat een standaard noodzakelijk zal zijn voor de verdere ontwikkeling van duurzaamheidsverslaggeving.

Uit interviews blijkt tevens dat knelpunten tevens bestaan bij het opstellen van een duurzaamheidsverslag wanneer organisatiestructuren complexer zijn. Voorbeelden hiervan zijn franchiseorganisaties waarbij franchisenemers een compleet andere richting kunnen opgaan. Het opstellen van een corporate verslag wordt een stuk gecompliceerder dan wanneer verhoudingen eenduidig zijn. Franchisenemers kunnen er ook voor kiezen om zelf een verslag uit te brengen. Een voorbeeld hiervan is The Body Shop Benelux, franchisenemer van The Body Shop International, die zelf een intern verslag heeft opgesteld van haar duurzaam ondernemen activiteiten. Ook fusies kunnen tot knelpunten leiden, als verschillende culturele achtergronden en interesses in duurzaamheid botsen. De fusie tussen PinkElephant en Roccade tot PinkRoccade is hierbij een goed voorbeeld van een positieve uitwerking. PinkElephant had al jaren een goed ontwikkeld sociaal verslag en heeft dit na de fusie met het veel grotere Roccade (1.500 versus 6.000 werknemers) kunnen continueren onder de PinkRoccade vlag.

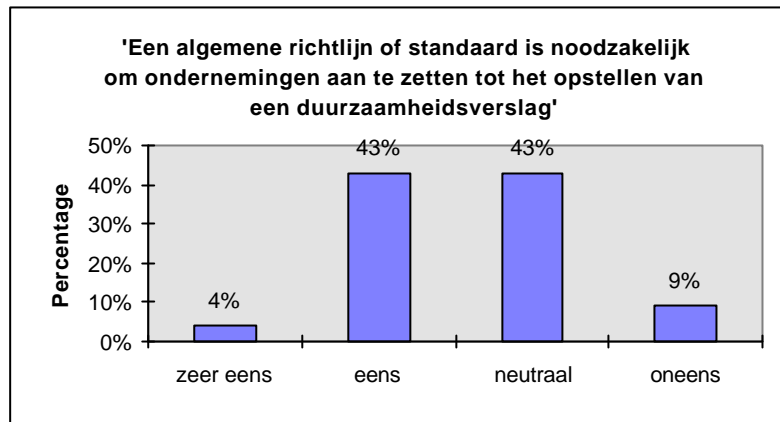
Het ontbreken van draagvlak blijkt tevens een probleem te zijn. Naast de interesse van de Raad van Bestuur is het van belang werknemers op de hoogte te houden van ontwikkelingen. Wanneer wordt overgegaan tot het opstellen van een duurzaamheidsverslag kan het zinvol zijn om ook werknemers een (samenvatting van het) duurzaamheidsverslag te geven, zoals bijvoorbeeld DSM doet. De werknemers moeten zich immers kunnen identificeren met het geschetste beeld in het verslag, informatie over het verslag is daarvoor een eerste vereiste.

### 3.5 Hoopvolle toekomst GRI

Van ondernemingen die aan de AEX en Midkap genoteerd zijn respectievelijk 74% en 71% bekend met het GRI (zie figuur). Bij lokale fondsen is deze bekendheid slechts 18%. Dit is te verklaren door het feit dat AEX en Midkap ondernemingen meer internationaal georiënteerd zijn en dus eerder op de hoogte zijn van dit soort ontwikkelingen. Vrijwel iedereen die wel bekend is met het GRI weet ook dat dit initiatief afkomstig is uit de Verenigde Staten. Dit wordt echter niet als probleem gezien.



Verschillende ondernemingen geven aan het GRI te volgen. Voorbeelden hiervan zijn Nutreco, Unilever, DSM, Heineken en Shell. Ondernemingen volgen het GRI niet één op één, slechts de relevante onderwerpen voor de betreffende ondernemingen worden gebruikt. Dit komt voornamelijk doordat ondernemingen het GRI erg gedetailleerd vinden. Een belangrijke reden om het GRI te volgen voor deze ondernemingen is de mogelijkheid tot benchmarken. Over het nut en de bruikbaarheid van het GRI wordt wisselend gedacht. Het GRI wordt niet als enige standaard gezien, wel de meest bruikbare. De behoefte aan een richtlijn is redelijk groot, zoals ook blijkt uit de tabel. Het feit dat het GRI is opgezet met inbreng en betrokkenheid van vele verschillende organisaties wordt als zeer positief ervaren en draag bij aan de acceptatie van de richtlijn.



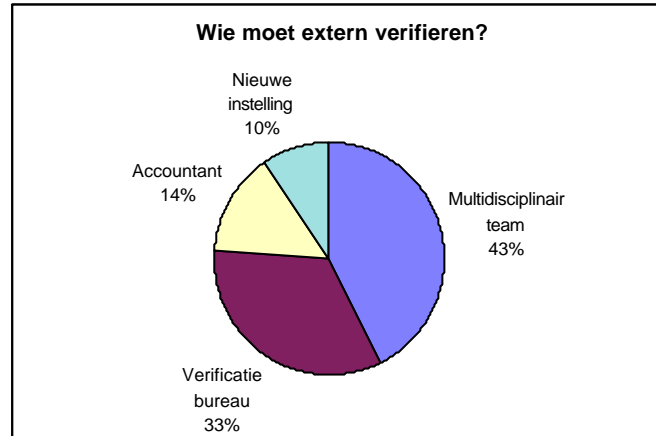
Het feit dat ondernemingen graag een richtlijn willen hoeft nog niet te betekenen dat de verslagen hier ook daadwerkelijk beter van zullen worden. 73% van de AEX en Midkap ondernemingen geeft aan het GRI te gebruiken wanneer ze een duurzaamheidsverslag op zouden stellen. Opvallend is dat stakeholders meer bedenkingen hebben over het gebruik en de toepassingsmogelijkheden van het GRI. Gezien de noodzaak die wordt ervaren van het gebruik van een richtlijn, zou het verstandig zijn wanneer men meer publiciteit zou geven aan het GRI. Een aanbeveling tot gebruik vanuit de overheid zal een positieve uitwerking hebben op de ontwikkeling van duurzaamheidsverslaggeving in het algemeen. Binnen ondernemingen die nog niet met het GRI bekend zijn, kan een dergelijke aanbeveling een eerste aanzet betekenen voor het opstellen van een duurzaamheidsverslag.

### 3.6 Drang naar betrouwbaarheid maakt verificatie noodzaak

52% van de ondernemingen vindt het noodzakelijk om een verslag extern onafhankelijk te laten verifiëren. De waarde van een verslag wordt hoger geacht wanneer het extern geverifieerd is. De noodzaak tot externe onafhankelijke verificatie is sectorafhankelijk. Binnen de financiële sector wordt verificatie evident geacht, betrouwbaarheid is van groot belang. Binnen sommige sectoren geven ondernemingen aan hun verslag pas extern te laten verifiëren wanneer dit verplicht wordt, de ICT sector is hier een goed voorbeeld van.

Het feit dat ondernemingen de noodzaak ervaren om een verslag te laten verifiëren, betekent niet direct dat zij zelf de behoefte hebben om hun verslag te verifiëren. Verhoogde kwetsbaarheid door en aanzienlijke kosten van verificatie zijn redenen voor deze wat meer gereserveerde opstelling.

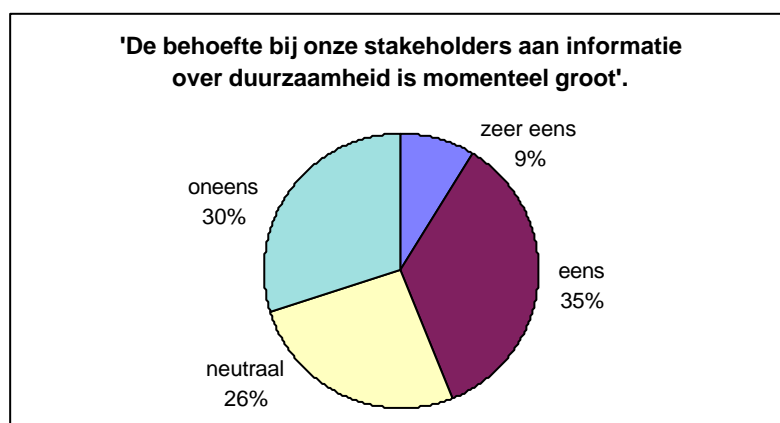
Over de vraag wie een duurzaamheidsverslag zou moeten verifiëren is geen eenduidigheid. 43% van de ondernemingen noemt multidisciplinaire teams, 33% vindt verificatiebureaus geschikter. Multidisciplinaire teams zouden moeten bestaan uit specialisten op het gebied van accountancy, milieu en sociaal-ethisch terrein.



### 3.7 Stakeholders kritisch over motieven ondernemingen

Het idee dat ondernemingen hebben over 'de aanwezigheid van de behoefte bij stakeholders aan informatie over duurzaamheid' is zeer verschillend. Het is de vraag of dit overeenkomt met de daadwerkelijke behoefte van stakeholders. Uit de interviews blijkt dat veel verschillende stakeholders bezig zijn met het onderwerp duurzaamheidsverslaggeving. Stakeholders hechten vooral veel belang aan de mogelijkheid tot benchmarken van de prestaties die ontstaat door het beschikken over verschillende vergelijkbare verslagen. Hoewel door het opstellen van een standaard de mogelijkheid tot benchmarken vergroot wordt, worden er ook twijfels geuit over de noodzaak van een algemene richtlijn.

Zowel over de rol van de overheid als die van het bedrijfsleven zijn stakeholders kritisch. Problemen met betrekking tot de acceptatie van richtlijnen worden door stakeholders erkend. Zowel het nut van een duurzaamheidsverslag als van externe onafhankelijke verificatie vinden stakeholders groot.



De vaak kritische houding van verschillende stakeholders wordt als een probleem gezien door de ondernemingen. Wanneer een 'kritische omgeving' blijft bestaan, wordt de kans op acceptatie van duurzaamheidsverslaggeving kleiner. Dit kan onder andere voorkomen worden door als onderneming stakeholders te betrekken bij het proces van duurzaamheidsverslaggeving, zij hebben immers vaak veel kennis en zijn de uiteindelijke doelgroepen.

## 4 CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

Een meerderheid van 54% van de ondernemingen verwacht dat het opstellen van een duurzaamheidsverslag binnen vijf jaar een algemeen geaccepteerd fenomeen zal zijn. Duurzaamheidsverslaggeving staat als onderdeel van maatschappelijk verantwoord ondernemen in het bedrijfsleven in de belangstelling, naast de aandacht die overheid, media en actiegroepen momenteel aan het onderwerp schenken.

De voornaamste motieven om een verslag op te stellen zijn de drang naar transparantie en het willen communiceren met stakeholders. Mening van stakeholders zullen steeds belangrijker worden in de toekomst. Verscheidene knelpunten dragen er nog aan bij dat de ontwikkeling van duurzaamheidsverslaggeving relatief traag gaat. Gebrek aan een meet- en registratiesysteem en kennis om het verslag op te stellen zijn de belangrijkste knelpunten die worden ervaren door ondernemingen naast het gebrek aan een standaard en de relatief hoge kosten die komen kijken bij het opstellen.

Het GRI is vooral bekend bij de grotere, meer internationaal georiënteerde ondernemingen. Hoewel ze als erg detaillistisch wordt ervaren, acht meer dan de helft van de ondernemingen een standaard noodzakelijk voor de verdere ontwikkeling van duurzaamheidsverslaggeving. Ook verificatie wordt als noodzaak gezien, alhoewel dit in bepaalde sectoren (zoals de financiële sector) meer speelt dan in andere (zoals de ICT sector).

Stakeholders achten het belang van duurzaamheidsverslaggeving hoog, vooral de mogelijkheid om te kunnen benchmarken tussen ondernemingen is hierbij van belang. Stakeholders spelen een relatief grote rol bij duurzaamheidsverslaggeving, vanwege de externe druk die zij uitoefenen en de mate waarin zij kunnen bijdragen aan een stimulerende omgeving, waarbij stakeholders constructief zijn ten opzichte van ondernemingen die bezig zijn met het opstellen van een duurzaamheidsverslag. De mening van stakeholders wordt belangrijker, vooral die van klanten en aandeelhouders, de mening van actiegroepen blijft echter een minder belangrijke.

Concluderend lijkt de ontwikkeling van duurzaamheidsverslaggeving afhankelijk te zijn van de opinieleidende ondernemingen. De weg die zij de komende jaren ingaan is dan ook van belang. Een voortdurend negatieve druk van stakeholders zal, ondanks inspanningen van een bedrijf voor transparantie, een belangrijk remmende factor op de ontwikkeling van duurzaamheidsverslaggeving kunnen zijn. Wanneer zij zich te dominant kritisch opstellen zijn negatieve consequenties niet ondenkbaar. Dit wil overigens niet zeggen dat zij niets met de verslagen moeten doen. Ook dit zou juist weer een negatieve uitwerking kunnen hebben. Akzo Nobel geeft immers aan gestopt te zijn met haar corporate milieujaarverslag

omdat er te weinig reacties op kwamen hetgeen niet in verhouding stond tot de productiekosten van het verslag.

Een aanbeveling ten aanzien van ondernemingen is dat wanneer een duurzaamheidsverslag wordt opgesteld, de geloofwaardigheid hiervan duidelijk moet zijn. Wanneer er slechts sprake is van een "PR verhaal" zal de onderneming hier op een bepaald moment in- of extern op worden aangesproken, omdat de onderneming niet geïdentificeerd wordt met het geschetste beeld. Het opstellen van een verslag kan grote invloed hebben op ontwikkelingen binnen de organisatie en een aanjager zijn van het interne proces naar duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Een tweede aanbeveling ten aanzien van ondernemingen betreft de dialoog met stakeholders. Door tijdens het opstellen van het verslag de discussie aan te gaan kan de meerwaarde van het verslag sterk verhoogd worden. De dialoog kan naast gesprekken ook worden aangegaan via Internet, waarbij door publicatie eerst via dit medium nog aanpassingen gedaan kunnen worden en vervolgens pas een papieren versie van het duurzaamheidsverslag wordt uitgebracht. De kracht van het Internet is als interactief medium erg groot. Ook hoge kosten kunnen via het Internet gedeeltelijk ondervangen worden. Wanneer hoge kosten een drempel vormen kan publicatie slechts eens in de twee á drie jaar uitkomst bieden. Updates op Internet zorgen echter voor voldoende tussentijdse informatie.

Het publiceren van een duurzaamheidsverslag kan een onderneming op deze wijze grote voordelen bieden en ontwikkelingen doen versnellen. De meerwaarde van een duurzaamheidsverslag wordt echter groter voor stakeholders wanneer een aanzienlijke hoeveelheid verslagen gepubliceerd wordt.

## 5 DE ADVIESGROEP DUURZAAM ONDERNEMEN VAN DHV

DHV is één van de opinieleidende organisaties inzake duurzaam ondernemen. Naast het feit dat ons bureau vele ondernemingen ondersteunt bij het vormgeven van maatschappelijk verantwoord ondernemen spelen we een actieve rol in de (inter)nationale vakontwikkeling.

Zo is DHV initiatiefnemer en eigenaar van het digitale, onafhankelijke kenniscentrum [www.duurzaam-ondernemen.nl](http://www.duurzaam-ondernemen.nl), hetgeen landelijke erkend wordt als de meest complete website op dit gebied.

Daarnaast organiseert DHV jaarlijks het **Nationale Sustainability Congres** waar toonaangevende sprekers uit binnen- en buitenland hun visie op maatschappelijk verantwoord ondernemen presenteren. Tot twee maal toe was het congres uitverkocht.

Tevens draagt DHV in samenwerking met enkele zakelijke partners zorg voor de Nederlandse inbreng in het internationale proces ter realisatie van mondiale richtlijnen voor **duurzaamheidsverslaglegging** (Global Reporting Initiative). DHV verzorgt ook periodieke vertalingen in het Nederlands van de GRI-richtlijnen, ter bevordering van toepassing bij Nederlandse ondernemingen. DHV heeft veel ondernemingen geadviseerd bij het opstellen van duurzaamheids- en milieujaarverslagen.

De adviesgroep Duurzaam Ondernemen binnen ons bureau kenmerkt zich door een professionele attitude, gecombineerd met een sterk persoonlijke betrokkenheid bij het vakgebied. Adviseurs beschikken over een uitgebreid netwerk en toegang tot verschillende stakeholders. Binnen de adviesgroep zijn disciplines vanuit de bedrijfskunde, marketing en communicatie, milieukunde, huisvesting en vastgoed, duurzaamheid en HRM samengebracht

Naast de betrokkenheid bij veel ondernemingen onderhoudt DHV intensieve contacten met de Nederlandse universiteiten aangaande duurzaam ondernemen. Wetenschappelijke instituten waarmee wordt samengewerkt zijn de verschillende leerstoelen van de universiteiten van Nyenrode, Erasmus, Groningen en Twente.

Onder meer door lezingen en publicatie initieert en stimuleert DHV het landelijk debat aangaande maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Een belangrijk door DHV ontwikkeld instrument is de **Sustainability ScoreCard (SSC)**. Dit instrument is ontwikkeld in samenwerking de Universiteit van Nyenrode (Instituut Verantwoord Ondernemen). Het managementinstrument traceert op een systematische wijze de maatschappelijke thema's waar een onderneming mee geconfronteerd kan worden. Tevens gaat het na hoe een onderneming op deze onderwerpen presteert en waar verbeteringen gewenst zijn. DHV heeft de Sustainability Score Card bij circa 30 ondernemingen ingezet in diverse branches waaronder bedrijven als DSM, KLM, Uniqema (ICI) en de Rabobank.

Voor meer informatie over de Adviesgroep Duurzaam Ondernemen en de producten en diensten kunt u contact opnemen met:

**DHV Adviesgroep Duurzaam Ondernemen**

Folkert van der Molen, accountmanager

Postbus 1076

3800 BB Amersfoort

telefoon: 033-4682744

fax: 033-4682801

e-mail: folkert.vandermolen@dhv.nl

internet: [www.dhv.nl](http://www.dhv.nl) / [www.duurzaam-ondernemen.nl](http://www.duurzaam-ondernemen.nl)

**BIJLAGE 1      Literatuurlijst en relevante websites**

Bennett, M. & James, P., *Sustainable measures - Evaluation and reporting of environmental and social performance*, Greenleaf Publishing Limited, 1999

Commission of the European Communities, *Green Paper: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility*, juli 2001

CSR Network, *The state of Global Environmental and Social Reporting, The 2001 Benchmark Survey*, 2001

Donaldson, T., Zet bedrijfsethiek op de winst- en verliesrekening, *Het Financieele Dagblad*, 18 juni 2001

Elkington, J., *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*, 1998

Elkington, J., Kuszewski, J. & Zollinger, P., Elephants in the Boardroom, *Tomorrow-Global Sustainable Business*, nr.3 vol. XI, juni 2001

Gonella, C., Pilling, A. & Zadek, S., *Making values count: Contemporary Experience in Social and Ethical Accounting, Auditing and Reporting*, ACCA, Certified Accountants Educational Trust, 1998

Gram, H. & Majoor, B., Maatschappelijke jaarverslaggeving: Meting van het onmeetbare?, *De Accountant*, maart 2000, pp. 444 - 449

*GRI Richtlijnen voor duurzaamheidsverslaggeving over economische, milieu- en sociale prestaties*, Global Reporting Initiative, 2000

Hibbitt, C. & Kamp-Roelands, N., *Prudently protecting Profits? The mild greening of global corporate Management*, 2001

Hummels, H. & Paape, L., *Sociale en ethische verantwoording: keurslijf of lijfsbehoud*, Nijenrode, 2000

James, P., *Business, Eco-efficiency and Sustainable Development - The role of environmental management tools*, DG Enterprise, European Commission, 2000

Janssen Groesbeek, M., *Maatschappelijk ondernemen*, Business Contact, Amsterdam, Antwerpen, 2001

Jorgensen, H.B., Sustainability Reporting, *PWC News*, september 2000

Kaptein, M. & Wempe, J., *Sustainability management: Balancing and integrating economic, social and environmental responsibilities*, management report no. 51, 1999

Van Lamoen, C.M., *Rapportage over de Triple P, een onderzoek naar duurzaamheidsverslaggeving*, Erasmus Universiteit Rotterdam, augustus 2001

De Lange, V.P.A. & Winkler, M.J., *Social labelling and codes of conduct: a potential role for the Dutch government*, CREM Consultancy & Reseach for Environmental Management i.o.v. het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, 2000

MacLean, R., Opacity or.....?, *Environmental Protection*, maart 2001, pp. 93 - 109

Van der Molen, Ing. F.T., Stakeholders adequaat bedienen met het milieujaarverslag, *Milieuwegwijzer voor het Midden- en Kleinbedrijf*, mei 1999

Van der Molen, Ing. F.T., Milieukundigen onder de wals van accountants, *Arena*, februari 2000

Van der Molen, Ing. F.T., Relatie financiële wereld en milieu verstevigt zich, *Arena*, november 1998

Postma, T.J.B.M. & Sijtsma, F., Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen: Wat zegt het jaarrapport?, *Tijdschrift voor Bedrijfseconomie en Accountancy*, oktober 1999, pp. 348-353

Ranganathan, J., *Signs of Sustainability, Measuring Corporate environmental and Social Performance*, uit: Sustainable Measures, Greenleaf Publishing Limited, 1999, p. 475 - 495c

Rotherham, T., I say, therefore I do, *Tomorrow, Global Sustainable Business*, nr. 3, vol.XI, juni 2001, p.38-40

SER, *De winst van waarden - advies over maatschappelijk ondernemen*, 2000

SustainAbility, *The Global Reporters - The first international benchmark survey of Corporate Sustainability Reporting*, 2000

Zadek, S., Pruzan, P. & Evans, R., *Building Corporate Accountability, Emerging Practices in Social and Ethical Accounting, Auditing and Reporting*, Earthscan, Londen, 1997

## Relevante websites

- **www.duurzaam-ondernemen.nl**  
Online kenniscentrum voor duurzaam of maatschappelijk verantwoord ondernemen
- **www.enviroreporting.com**  
The International Corporate Environmental Reporting Site
- **www.globalreporting.org**  
De website van het Global Reporting Initiative (GRI)
- **www.infomil.nl**  
De website van InfoMil waar de helpdesk Milieuverslaggeving is ondergebracht.
- **www.milieujaarverslag.com**  
Het loket voor online milieu- en duurzaamheidsverslagen van Nederlandse ondernemingen
- **www.sustreport.org**  
Een informatieve website van het Canadese milieuministerie.

**BIJLAGE 2      Soorten verslagen**

1. Milieujaarverslag	6. Sociaal verslag
2. Environmental & Social report	7. Sociaal Ethisch verslag
3. Health, Safety and Environment (HSE) verslag	8. Maatschappelijk verslag
4. Responsible Care verslag	9. Visie op duurzaamheid
5. Welfare, Health, Safety and Environment (WHSE) Verslag	10. Duurzaamheidsverslag

1. In een **milieujaarverslag** wordt aandacht besteed aan de prestaties op het gebied van milieu zoals die ook zijn beschreven voor het GRI. Bedrijven met een goed milieujaarverslag zijn bijvoorbeeld Philips, Heineken en KLM. In Nederland kwam DSM in 1987 als eerste met een milieujaarverslag. Sinds 1999 is er een wettelijke verplichting voor ruim 250 (locaties van) ondernemingen voor het opstellen van een milieuverslag. Akzo Nobel moet bijvoorbeeld verslagen voor zes vestigingen opstellen.
2. Bij het **Environmental & Social Report** wordt zowel aandacht besteed aan de milieu- als de sociale kant. Integratie tussen deze twee onderdelen is hierbij een doel. Novo Nordisk heeft een zeer goed Environmental & Social Report. De stap van een dergelijk rapport naar een duurzaamheidsverslag is relatief klein vanwege de al aanwezige integratie tussen verschillende onderdelen. In Nederland hebben bijvoorbeeld Rockwool en Nutreco een gecombineerd sociaal- en milieuverslag.
3. De term HSE (Health, Safety and Environment) of soms ook 'SHE', een omkering van dezelfde letters, wordt veelvuldig gebruikt om aan te geven dat een bedrijf een overzicht wil geven van issues op verschillende terreinen. In een **HSE-verslag** worden de milieuprestaties vergezeld van sociale aspecten, veiligheid en gezondheid worden behandeld, maar andere onderdelen die ook onder de kop People vallen volgens de indeling van het GRI worden hier nog niet in meegenomen. Veel bedrijven noemen het ook wel het arbo- en milieujaarverslag.
4. Het Responsible Care programma is een wereldwijd programma dat is opgezet door de chemische industrie om doorlopende verbetering van het optreden van chemische bedrijven op het gebied van veiligheid, gezondheid en de omgeving te bereiken. Eigenlijk is het dus hetzelfde als een HSE verslag, maar dan voor de chemische industrie sector. Verder heeft het Responsible Care programma ook ten doel om de communicatie met stakeholders te stimuleren. DSM heeft **een Responsible Care Verslag**.
5. Het **Welfare, Health, Safety & Environment (WHSE) verslag** is weer net iets uitgebreider dan het HSE verslag. Naast de drie bovengenoemde factoren wordt uitgebreider aandacht besteed aan het onderwerp welzijn (welfare). De vraag is hierbij wat de invloed is van de onderneming op haar directe en indirecte omgeving in relatie tot het welzijn van deze omgeving. Forbo Krommenie is een onderneming die een WHSE verslag heeft.

6. Het **sociaal verslag** focust zich net als het milieujaarverslag slechts op één onderdeel dat wordt onderscheiden door het GRI, de sociale kant. Vaak komen echter onderdelen gericht op mensenrechten en kinderarbeid niet aan de orde in dergelijke verslagen. Dit verschilt per verslag. PinkRoccade en The Body Shop International hebben een ver ontwikkeld sociaal verslag.
7. Het **sociaal ethisch verslag** is een variant op het sociaal verslag waarbij de ethische kant meer wordt benadrukt. Hoe om te gaan met ethische kwesties en incidenten komt hierbij aan de orde. Het ethische aspect richt zich op het vergroten van inzicht in morele waarden en beginselen en de realisering daarvan binnen de context van de organisatie. Het sociale aspect richt zich meer op vormen, die tot doel hebben inzicht te verkrijgen in de relatie tussen een organisatie en haar directe (concrete) belanghebbenden.
8. Een **maatschappelijk verslag** handelt naast sociale aspecten, dezelfde als bij het sociale verslag, over elementen in relatie tot duurzaam ondernemen in het algemeen. Hierbij wordt tevens zijdelings gepraat over milieu- en economische aspecten en duurzaamheid. Het is echter veel minder uitgebreid dan een duurzaamheidsverslag. MacDonalds Nederland heeft een maatschappelijk verslag uitgebracht naar aanleiding van haar 30-jarig bestaan. De term "maatschappelijk verslag" wordt in het SER-advies gebruikt.
9. Bij een **visie op duurzaamheid** wordt tevens een aanzet gegeven tot een duurzaamheidsverslag. De strategische visie van het bedrijfsleven, die toch het uitgangspunt vormt voor haar beleid, staat hierbij centraal. De prestaties worden nog niet volledig uitgewerkt maar het is wederom een stap op weg naar een duurzaamheidsverslag. Heineken heeft een visie op duurzaamheid uitgebracht.
10. Een **duurzaamheidsverslag** wordt op dit moment gezien als een verslag dat alle verschillende elementen van de Triple P incorporeert, waarbij zowel aandacht wordt gegeven aan sociale, milieu- en economische indicatoren. De integratie van de verschillende indicatoren is hierbij erg belangrijk. Er zijn nog weinig bedrijven die een duurzaamheidsverslag publiceren. Voorbeelden van ondernemingen met een duurzaamheidsverslag zijn Shell en buitenlandse ondernemingen als Novo Nordisk, Proctor & Gamble en Bristol Myers.

### 3 Geïnterviewde personen

De volgende personen van ondernemingen zijn voor het onderzoek geïnterviewd:

- Ahold, de heer J. Hol, Vice President Public Relations & Public Affairs
- DSM, de heer H. Slegers, Hoofd Corporate Communications
- Fortis, de heer P. Tirion, Programme manager EMU
- Heineken, de heer S. Montijn, Hoofd Corporate Communications
- ING Groep, de heer P. Kroon, Hoofd Public Affairs
- KLM, de heer H. Noordermeer, Corporate Environmental Manager
- KPN, de heer H. ten Broeke, Hoofd Corporate Communications
- Pink Roccade, de heer P. Kwakkenbos, Directeur Corporate Communicatie
- Rabobank<sup>1</sup>, de heer S. de Hoo, Hoofd Duurzame Ontwikkelingen
- The Body Shop<sup>2</sup>, mevrouw A. Kornman, Hoofd Communications

De volgende personen werkzaam bij "stakeholderorganisaties" zijn voor het onderzoek geïnterviewd:

- NIVRA, mevrouw N. Kamp-Roelands, registeraccountant, tevens bezig met onderzoek duurzaamheidsverslaggeving
- CNV, de heer J.J. van Dijk, Portefuillehouder MVO en bijgedragen aan het SER advies over MVO
- Ministerie van Economische Zaken, de heer J. Huner, Portefuillehouder MVO (Internationaal) en bijgedragen aan het SER advies over MVO
- Ministerie van SZW, mevrouw A. Blom, Portefuillehouder MVO en bijgedragen aan het SER advies over MVO
- VBDO, de heer P. Sprengers, Directeur
- WBCSD, de heer S. de Hoo, co-voorzitter WBCSD werkgroep Sustainability reporting en werkzaam bij de Stafgroep Duurzame Ontwikkelingen van de Rabobank.

---

<sup>1</sup> Niet beursgenoteerd, meegenomen vanwege leidende rol in Nederland en connectie WBCSD

<sup>2</sup> Niet beursgenoteerd, meegenomen vanwege Values Report, niet beursgenoteerd