Experts hameren op verduurzaming als proces

Gemakkelijke weg naar meer duurzaamheid bestaat niet

Het begrip duurzaamheid valt al heel moeilijk te definiëren, laat staan aantoonbaar te maken. Certificaten, keurmerken en richtlijnen; allemaal helpen ze in bepaalde mate het duurzame karakter van een bedrijf te verbeteren. Maar één maatstaf bestaat niet. “Certificatie voorziet in een groeimodel van continu verbeteren.”

Duurzaamheid begint voor Cosun op de akker bij zijn telers. Om dit te onderstrepen toont directievoorzitter Robert Smith tijdens het VMT-congres over aantoonbare duurzaamheid in Maarssen een sheet met de formule van fotosynthese. Gewassen halen hun energie uit zonlicht, energie waar een bedrijf als Suiker Unie, onderdeel van Cosun, optimaal van profiteert. De energiewaarde per hectare suikerbieten bedraagt 368.000 MJ, ongeveer een vijfde daarvan is nodig voor de bietenteelt- en verwerking. “We hebben dus

‘Uiteindelijk zijn certificaten gebaseerd op steekproeven’

een positieve energiebalans. Wij willen bietenpulp en andere reststromen optimaal benutten”, zegt Smith. En dat doet Suiker Unie. Zo wordt de pulp gebruikt als veevoeder en gaat het groene materiaal in een vergister. Het methaangas dat daarbij vrijkomt, levert Cosun aan de glastuinbouw. “Maatschappelijk verantwoord betekent bij ons onder meer: steeds beter en hoogwaardiger benutten van plantaardig materiaal.” Smith maakte bij zijn aantreden in 2008 een absolute prioriteit van duurzame ontwikkeling.

ISO 26000

Cosun maakt geen gebruik van certificatie of keurmerken op producten, wel van de internationale richtlijn ISO 26000 bij twee van zijn bedrijven, Suiker Unie en Sensus. De richtlijn geeft houvast bij de inrichting van het duurzaamheidsbeleid; welke zaken zijn bijvoorbeeld relevant en wat vinden stakeholders belangrijk. Aangezien Cosun actief is in West-Europa geeft ISO herkenbaarheid aan internationale klanten. Toch blijft het een relatief vrijblijvend instrument. Externe controles zijn gericht op de naleving van de zelf vastgelegde procedures. Smith ziet de ISO-richtlijn als een middel om te verduurzamen. Hij gelooft niet zo in dat dwingende, verduurzaming moet vanuit het bedrijf zelf komen. “Certificatie is een niche en dekt maar een klein deel van de voedselketen. Bovendien voorziet certificatie in een groeimodel van continu verbeteren”, legt Smith uit. Duurzaamheid kan je niet zien of ruiken. Je moet geloven dat er duurzaam is gewerkt, en dat is een dilemma beseft Rob van Tilburg, adviseur duurzaamheid bij adviesbureau DHV. Bedrijven willen het consumenten makkelijker maken om te kiezen voor duurzaamheid door gebruik te maken van logo’s. Maar dat maakt het ene bedrijf nog niet meer duurzaam dan het andere. Arla maakt gebruik van een EKO-label, maar Friesland Campina is weer veel transparanter in zijn duurzaamheidsbeleid, weet Van Tilburg.
Een soortgelijk beeld geeft een vergelijking tussen Heineken en Gulpener. De

eerste staat hoog in de Dow Jones Sustainability Index, terwijl de tweede bier produceert van lokale, biologische teelt. Veel logo's en initiatieven die iets zeggen over het duurzame karakter van een bedrijf, maar het afdekken van het hele spectrum van maatschappelijk verantwoord ondernemen lijkt bijna onmogelijk. ISO 26000 waagt hier een poging toe. Met de richtlijn, twee jaar geleden afgerond, kunnen bedrijven vanaf nul een systematisch en internationaal erkend MVO-beleid opzetten. ISO bestaat uit 7 kernonderwerpen van goed bestuur tot mensenrechten, die weer vertaald zijn in 37 aandachtspunten. Volgens Van Tilburg ondersteunt het richtsnoer de organisatie bij het nastreven van een MVO-koploperpositie en biedt het een kapstok om informatie te verschaffen aan belanghebbenden. Hij raadt ondernemingen aan geen apart duurzaamheidsbeleid te ontwikkelen, maar dit gewoon in te passen in de al bestaande kwaliteitssystemen van de organisatie.

We moeten duurzaam omgaan met de schaarse middelen op onze planeet. Maar hoe toon je duurzaamheid aan?

"Het voordeel van ISO 26000 is dat bedrijven zich willen onderscheiden door deze in hun beleid te verankeren."

MVO-prestatieladder

Bij de in april 2010 geïntroduceerde MVO-prestatieladder kan dit niet. In tegenstelling tot ISO 26000 is deze niet vrijblijvend, maar is het een certificerende norm. Dit private initiatief van DNV, LRQA en KIWA richt zich op de Nederlandse markt. Het is meer een keurslijf dan ISO 26000. De MVO Prestatieladder streeft naar het meer meetbaar maken van verantwoord ondernemen via 33 uitgebreide indicatoren. De prestatieladder onderscheidt vijf niveaus van laag (niveau 1) naar hoog (niveau 5). Het bedrijf of organisatie geeft zelf aan op welk peil ze instappen. De twee duurzaamheidsinitiatieven hebben allebei hun plus- en minpunten.

Met de MVO-prestatieladder valt duurzaamheid beter te bewijzen, terwijl ISO 26000 weer beter toepasbaar is op verschillende bedrijfsculturen. Van Tilburg benadrukt dat richtlijnen en normen kunnen helpen "bij het waarmaken van duurzaam ondernemen". Zeker omdat de bewijslast voor de duurzaamheidsprestatie aan belang wint. De keuze van het juiste middel om duurzaamheid aan te tonen is essentieel, stelt de duurzaamheidsadviseur.

Certificaat communicatiemiddel

Frans Stuyt, directeur van de Stichting Coördinatie Certificatie Milieu- en arbomanagementsystemen (SCCM) ziet het certificaat als een 'bewijs' waarmee je kunt communiceren. Kies dan wel de juiste doelgroep met wie je wenst te communiceren. Stuyt onderscheidt drie soorten certificaten: product, systeem, zoals ISO 14001 (milieumanagementsysteem) en organisatiecertificaten, zoals de MVO Prestatieladder en ISO 26000. Voor communicatie met consumenten en de handel zijn productcertificaten geschikt. Systeemcertificaten (ISO 14001 en OHSAS) vormen de schakel tussen het product en organisatiecertificaat en spelen vooral in de zakelijke markt. Voor financiers spelen certificaten een beperkte rol. Stuyt: "Financiers willen detailinfo en daarvoor zijn bijvoorbeeld de Dow Jones Sustainability Index en het Global Reporting Initiative (GRI) erg geschikt."

De waarde van het certificaat wordt bepaald door de relevantie van de eisen en de naleving hiervan. "Maar", relativeert Stuyt, "uiteindelijk zijn certificaten gebaseerd op steekproeven die geen waterdichte garanties kunnen bieden. Verwacht daarom geen wonderen." Stuyt waarschuwt voor valkuilen van certificatie, zeker als de belangen te groot worden dienen er voldoende 'checks and balances' te zijn. Sommige certificaten worden als voorwaarde gesteld om een opdracht binnen te halen. Zo kan het hebben van een certificaat een doel op zich worden. Stuyt noemt als voorbeeld Rijkswaterstaat en Pro Rail, die partijen die hoog in de CO_2-prestatieladder zitten, voordelen geven bij aanbestedingen. Voor de verschillende prestatieladders geldt dat deze niet een op een door te vertalen zijn naar harde prestaties, aldus de SSCM-directeur.

Wirwar logo's

Stuyt wil dat er wat meer eenduidigheid komt in certificatenland, voornamelijk bij de producten. "Op producten staat soms een hele wirwar aan logo's, maar wat voegen die eigenlijk toe?", vraagt hij zich af. Op sommige producten staan meerdere logo's die verwarrend werken voor consumenten en verkeerde suggesties wekken. Zo staan op een pak Boerenland yoghurt van Campina een Ik Kies Bewust-logo, één van weidemelk en een Europees biologisch keurmerk. "Weten consumenten wel wat weidemelk is?" vraagt Stuyt zich af. Sommige certificaten, zoals de Marine Stewardship Council (MSC) voor duurzaam gevangen vis, groeiden in korte tijd uit tot een succes en hebben impact. Zonder de inspanningen van voormalig bestuursvoorzitter van Unilever, Anthony Burgmans die MSC mede oprichtte, was dit mogelijk niet gelukt. Succes van duurzaamheid hangt voor een belangrijk deel af van de steun van de top van het bedrijfsleven.

'Certificatie is een niche en dekt maar een klein deel van de voedselketen'

Bij Cosun was het topman Robert Smith die duurzaamheid hoog op de agenda zette en het een onderdeel maakte van ieder aspect van de bedrijfsvoering. "De bewustwording binnen ons bedrijf en de keten is bereikt, we hadden alleen wel eerder over duurzaamheid moeten communiceren", aldus een kritische Smith.

Maurice de Jong