

Module 2

Duurzame strategie



SUSTAINABLE
futures for enterprise centres

- 01 Waarom een duurzame strategie?
- 02 Routekaart naar een doeltreffende duurzaamheidsstrategie
- 03 Wat is belangrijk voor u? Het doel van uw MKB bepalen en de belangrijkste problemen identificeren
- 04 Doelen stellen en veranderingen doorvoeren
- 05 Evaluatie en rapportage van de vorderingen

M2: Duurzame strategie

Het MKB krijgt in een ongekend tempo te maken met nieuwe risico's en kansen. En u weet dat duurzaamheid de sleutel tot succes is. Maar in het besef dat 'wat niet wordt gemeten, niet kan worden verbeterd', duiken we in de tweede module dieper in Duurzame Bedrijfsstrategieën, wat voor u van belang is en de instrumenten die u nodig hebt om een stappenplan te ontwikkelen voor effectieve en meetbare duurzaamheid in uw bedrijf.

Hoofdstuk 01

Waarom een duurzame strategie?

Waarom een duurzaamheidsstrategie?



Het ontwikkelen van een strategie (niet nog een strategie horen we u vragen!) kan tijd en moeite kosten, dus voor veel MKB's met krappe middelen wordt duurzaamheid vaak gezien als een leuk extraatje in plaats van een essentiële bedrijfsactiviteit.

Een effectieve strategie is belangrijk voor bedrijven om alle belanghebbenden (personeel, klanten, supporters) op één lijn te krijgen met een toekomstgerichte visie.

MKB's die met succes duurzaamheidskwesties in hun dagelijkse activiteiten en bedrijfsontwikkeling introduceren, kunnen op een aantal belangrijke manieren voordeel behalen.

Waarom een duurzaamheidsstrategie?



Nieuwe uitdagingen, risico's en kansen

Met een duurzaamheidsstrategie bereidt u uw bedrijf voor op nieuwe risico's en kansen die op u afkomen. Klimaatverandering creëert nieuwe risico's in de toeleveringsketen, terwijl nieuwe regelgeving nieuwe uitdagingen, risico's en kansen met zich meebrengt.



Een routekaart naar succes creëren

Een effectieve duurzaamheidsstrategie helpt uw bedrijf prioriteiten te stellen en plannen te maken voor de veranderingen die op u afkomen. U geeft prioriteit aan wat belangrijk is voor u en uw bedrijf, en daarmee een focus voor uw middelen en stakeholders.

Waarom een duurzaamheidsstrategie?



Innovatie en kostenbesparingen stimuleren

Door te kiezen voor een duurzaamheidsstrategie schakelt u over van een business-as-usual benadering naar een toekomstgerichte mentaliteit. Door u bezig te houden met thema's als de circulaire economie dwingt u uw bedrijf om nieuwe benaderingen te ontwikkelen en nieuwe diensten aan te bieden. Duurzaamheid heeft het potentieel om bedrijfskosten te verlagen, van het verminderen van energieverbruik tot het verbeteren van de productiviteit van werknemers, een duurzaam bedrijfsmodel kan uw bedrijf geld besparen. Lees meer : [How Can Sustainability Reduce Business Costs? - performanceinspired.tv](https://performanceinspired.tv)



Een merk opbouwen en uw reputatie laten groeien

Door een duurzaamheidsstrategie te ontwikkelen, illustreert u uw engagement voor de overgang naar een groene economie en bouwt u vertrouwen op bij uw stakeholders. Als bedrijf is het opbouwen van vertrouwen essentieel. Hierdoor kunt u betere ervaringen leveren, de loyaliteit verhogen en meer klanten behouden. **Meer hierover in module 3 en 5.**

Waarom een duurzaamheidsstrategie?



Werknemers aantrekken en behouden

In een onderzoek van IBM verklaarde 68% van de respondenten dat zij eerder een baan zouden aanvaarden bij een bedrijf dat zij als milieuvriendelijk beschouwen. Door uw inspanningen te structureren en te communiceren kunt u het beste talent aantrekken.



Belanghebbenden betrekken

Samenwerking en partnerschappen zijn van vitaal belang bij de ontwikkeling van uw duurzaamheidsinspanningen, vooral voor kleinere bedrijven die minder toegang hebben tot de middelen waarover zij beschikken. Door uw prioriteiten effectief te plannen en vast te leggen, nodigt u belanghebbenden, zowel intern als extern, uit om mee te doen.

Waarom een duurzaamheidsstrategie?



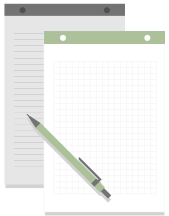
Kosten besparen en uw resultaat verbeteren

Een van de gemakkelijkste eerste stappen die u kunt zetten naar een duurzamer bedrijf is kijken naar uw grondstoffengebruik. Door te snijden in de kosten kunt u vaak de uitstoot verminderen en uw totale koolstofvoetafdruk verkleinen, terwijl ook uw bedrijfsresultaat verbetert.

Hoofdstuk 02

Routekaart naar een doeltreffende duurzaamheidsstrategie

Laten we beginnen met: “Wat is een duurzaamheid sstrategie?”



Strategieën zijn er in verschillende vormen en zullen verschillen afhankelijk van de aard van uw bedrijf.

De duurzaamheidsstrategie of het duurzaamheidsverslag van een grote multinational kan zeer ambitieus en datagedreven zijn, maar als MKB moet u klein beginnen (niet minder ambitieus) en deze met uw bedrijf uitbreiden.

Een strategie in haar eenvoudigste vorm draait om keuzes. Door een strategie te creëren, creëren we een kader waarnaar we kunnen verwijzen als leidraad wanneer we geconfronteerd worden met moeilijke beslissingen en afwegingen bij het vooruitgaan.

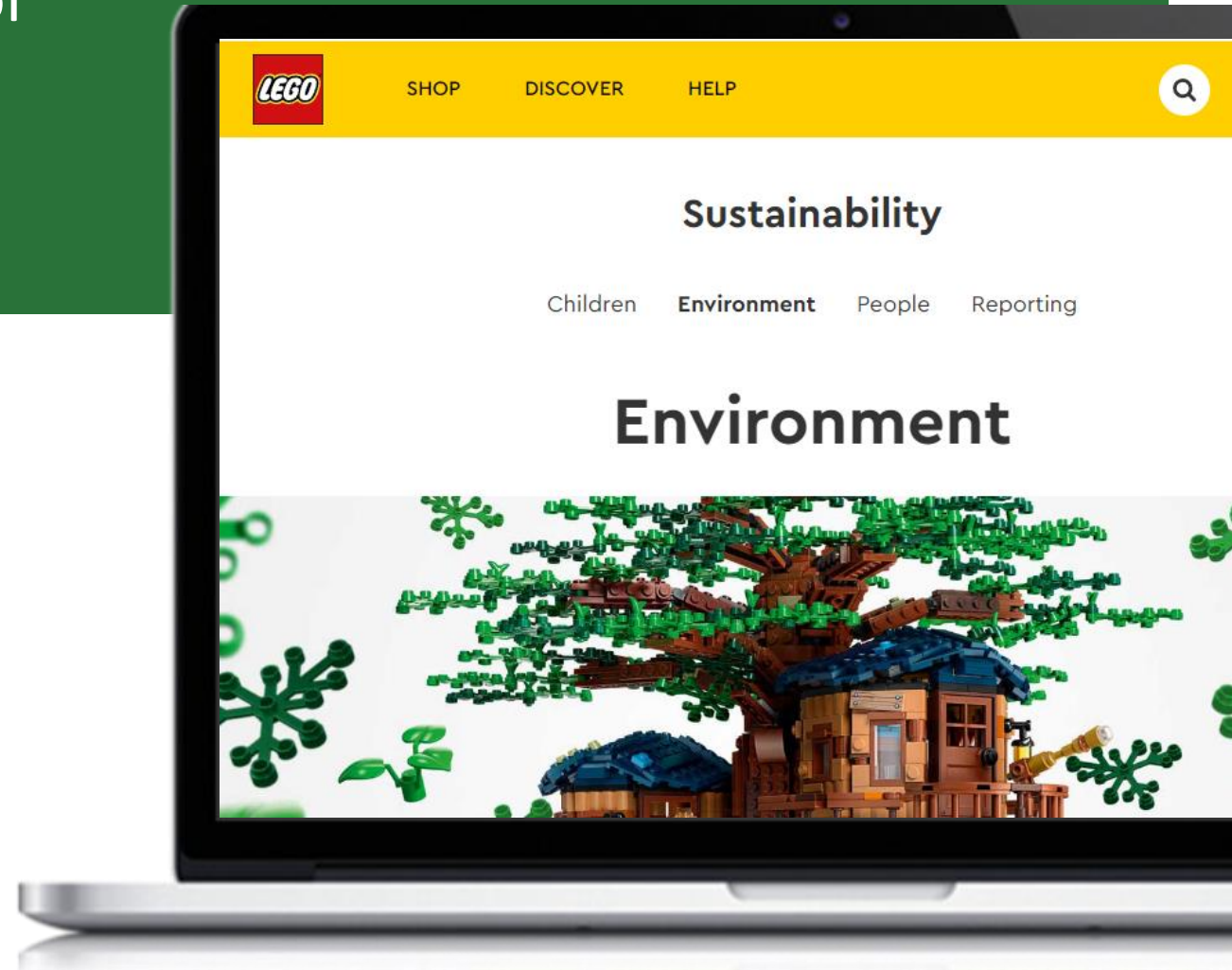
Wanneer u een bedrijf begint, zou u er niet aan beginnen zonder eerst een ondernemingsplan te maken. Hetzelfde geldt voor uw duurzaamheidsreis. Hoewel een strategie misschien een overbodige onderneming lijkt, moet een effectieve duurzaamheidsstrategie u helpen prioriteiten te stellen en middelen te besparen, zodat u uw impact kunt maximaliseren terwijl u zich concentreert op uw bedrijfspraktijken.

Spotlight Duurzaamheid:

Toonaangevende bedrijven gaan voor duurzaamheid. Neem de tijd om te ontdekken hoe sommige van deze bedrijven de uitdaging aangaan...

LEGO

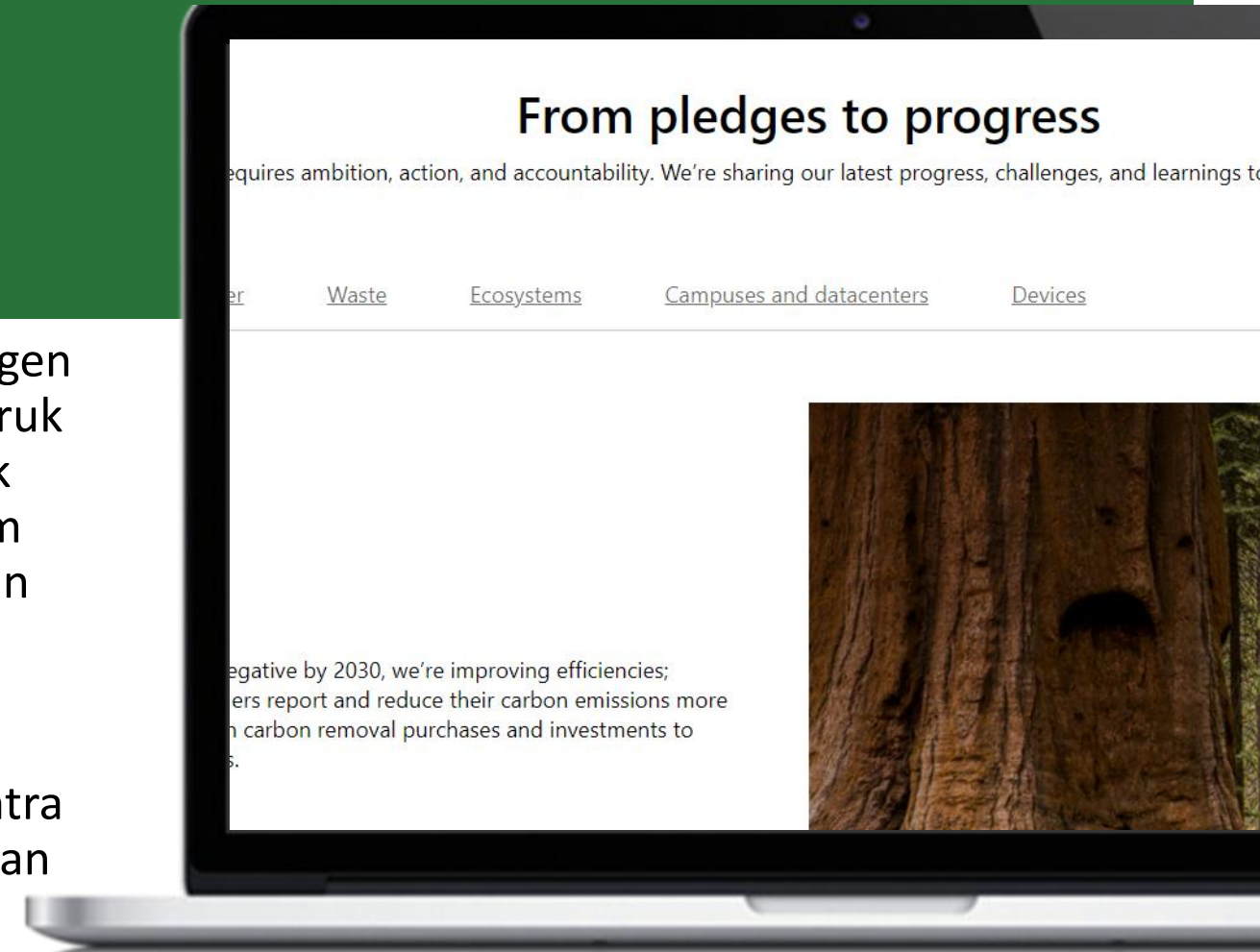
Lego investeert in de circulaire economie via hun Lego Replay-initiatief. Ze richten zich op de implementatie van 12 principes voor verantwoord ondernemen die aangeven wat er wordt verwacht van de productielocaties, leveranciers en partners en over onderwerpen als ethiek, mensen, kinderen en het milieu. Ze brengen ook jaarlijks verslag uit om hun vooruitgang te volgen



Focus op duurzaamheid: Microsoft

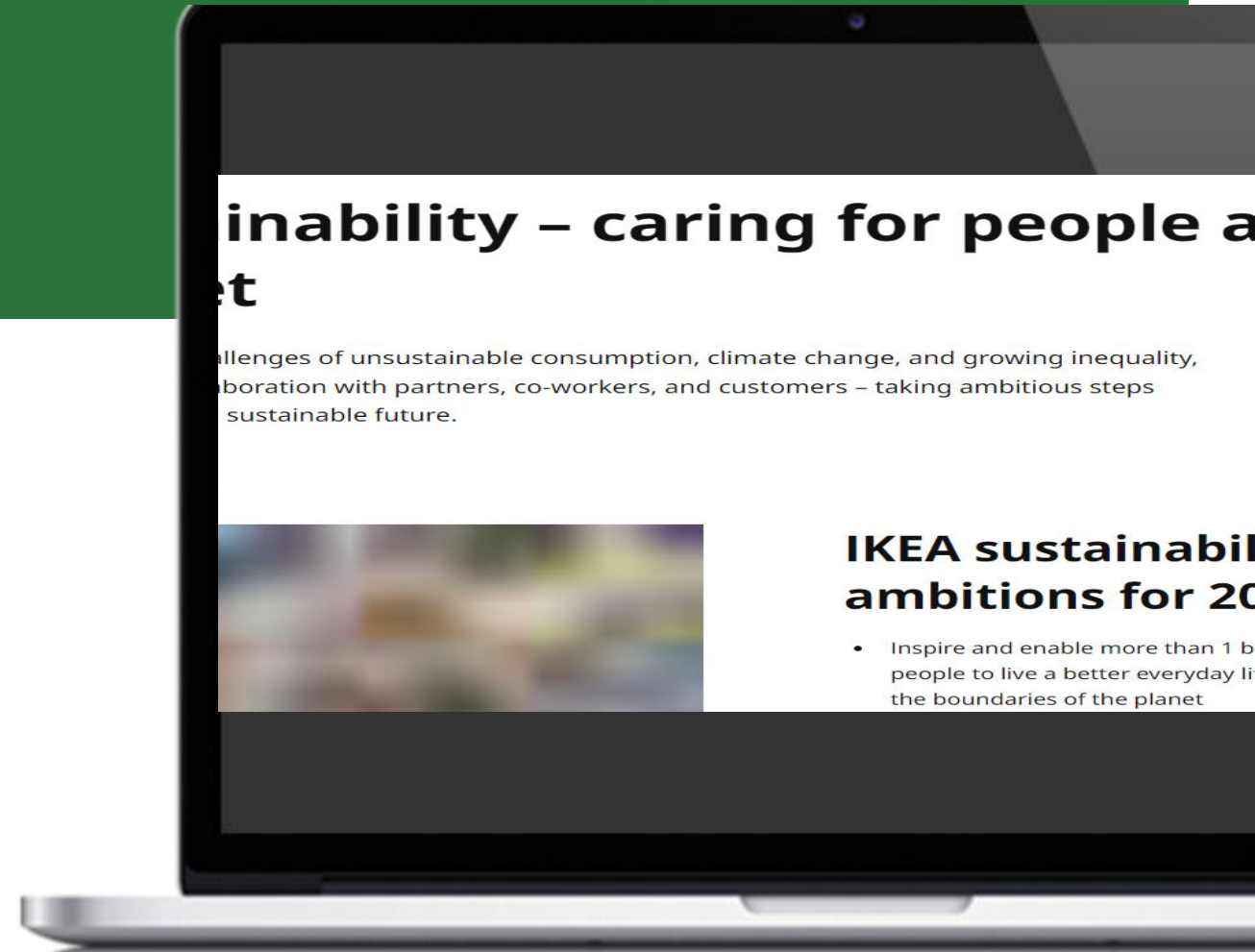
Het technologiebedrijf investeert veel in zijn inspanningen op het gebied van duurzaamheid en legt vooral de nadruk op het delen van zijn innovaties en vooruitgang om ook anderen te helpen. Ze hebben zich ertoe verbonden om tegen 2030 koolstofnegatief te zijn en tegen 2050 al hun oude emissies te verwijderen. Hun andere aandachtsgebieden zijn waterpositiviteit, afvalvermindering via circulariteit, bescherming van ecosystemen, vermindering van de impact van datacentra en campussen, en vermindering van de totale impact van hun apparaten.

Voor meer informatie over de volledige omvang van hun rapportage, zie hun [milieuduurzaamheidsverslag van 2021](#).



Focus op duurzaamheid: IKEA

IKEA staat bekend om zijn doe-het-zelf en vaak goedkopere meubels, maar wil nu ook erkenning krijgen voor zijn inspanningen op het gebied van milieuduurzaamheid. IKEA heeft nieuwe producten geïntroduceerd om mensen te helpen hun energie- en waterverbruik terug te dringen, zoals een kraanmondstuk dat het waterverbruik met 90 procent vermindert, en luchtreinigend textiel. Het bedrijf heeft ook nieuwe en meer duurzame materialen in zijn productieproces geïntroduceerd: 100% katoen en 77% hout in IKEA producten zijn afkomstig uit duurzame bronnen.





Belemmeringen voor de ontwikkeling en uitvoering van uw eigen duurzaamheidsstrategie

Wanneer men zich laat inspireren door enkele van de grootste multinationale organisaties, kan men gemakkelijk overweldigd raken wanneer men kijkt naar de omvang van hun inspanningen.

Enkele van de vaak genoemde redenen waarom MKB's geen duurzame veranderingen doorvoeren zijn de volgende:

- **Gebrek aan financiële middelen** - Voor veel bedrijven geldt dat als een activiteit niet rechtstreeks verband houdt met de bedrijfsprestaties, deze over het hoofd kan worden gezien.
- **Gebrek aan tijd** - Kleine bedrijven zijn vaak onderbemand en daarom kan het moeilijk zijn om de tijd te vinden om een strategie te ontwikkelen.
- **Gebrek aan deskundigheid** - Duurzaamheid als onderwerp kan ontmoedigend zijn en als je geen deskundigheid op dit gebied hebt, en kan het moeilijk zijn om te weten waar je moet beginnen.



Focus op het positieve

Hoewel een kleiner bedrijf misschien niet over de middelen beschikt om een wereldwijde impact te creëren, heeft het wel het voordeel van veel kleinere barrières om veranderingen door te voeren en eenvoudigere structuren die een snellere aanpassing mogelijk maken.

Hoewel het gebrek aan toegang tot middelen als financiën en personeel voor sommige bedrijven een probleem kan zijn, kunnen veel duurzame veranderingen stapsgewijs worden doorgevoerd met weinig gevolgen voor de dagelijkse gang van zaken.

Een effectieve duurzaamheidsstrategie moet aansluiten bij uw situatie. Zij moet de prioriteiten van uw bedrijf weerspiegelen en de middelen richten op die gebieden waar u de meeste impact kunt hebben.

In deze module leren we een 6-stappenplan voor de ontwikkeling van een duurzaamheidsstrategie waarmee u een strategie op maat kunt maken.

Herhaling voor we beginnen

De eerste stap naar duurzame veranderingen in uw bedrijf is ervoor te zorgen dat u en uw belanghebbenden bij de besluitvorming klimaatgeletterd zijn. Als u het nog niet hebt bekeken, module 1 van deze cursus gaat in detail in op de drie-pijler benadering van duurzaamheid die de basis vormen die u nodig hebt om te werken aan uw eerste strategie.



“Jargon Buster”

Duurzaamheid en klimaatverandering is een uiterst complex en voortdurend veranderend onderwerp dat veel ingewikkeld jargon met zich meebrengt.

Als u moeite heeft met de terminologie in deze modules, gebruik dan deze handige Jargon Buster van Enterprise Ireland.

[Home - Klimaat Jargon Buster](#)



Overzicht van het stappenplan in 6 stappen voor de ontwikkeling van een doeltreffende duurzaamheidsstrategie voor uw bedrijf



Ons volgende deel brengt ons bij stap 1, het definiëren van je doel...

Hoofdstuk 03

Wat is belangrijk voor u?
Uw doel bepalen en de
belangrijkste kwesties
identificeren

Duurzaamheid in een context plaatsen

Duurzaamheid mag niet geïsoleerd worden ontwikkeld, maar moet worden geïntegreerd in de algemene missie van het bedrijf.

Begin met na te denken over de context waarin uw bedrijf opereert

- wat zijn uw huidige prestaties?
- op welke manieren heeft het negatieve sociale en milieueffecten?
- wat doen uw concurrenten op het gebied van duurzaamheid?
- wat zijn de verwachtingen van de consument?
- hoe kunt u bijdragen aan een positievere toekomst op lokaal of regionaal niveau?

Definieer uw doel



"De publieke verwachtingen van uw bedrijf zijn nog nooit zo hoog geweest. Elk bedrijf moet niet alleen financiële prestaties leveren, maar ook laten zien hoe het een positieve bijdrage levert aan de samenleving. Zonder een gevoel van doelgerichtheid kan geen enkel bedrijf, publiek of privé, zijn volledige potentieel bereiken."

Larry Fink, voorzitter en CEO van Blackrock Inc. [Larry Fink | BlackRock](#)

Voorbeeld...

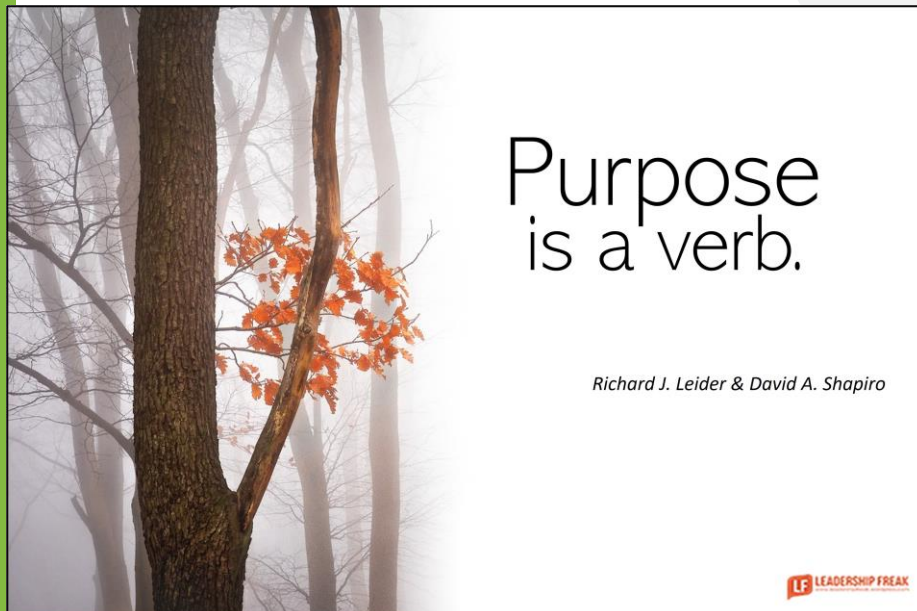


"Ik zou niet willen spreken over duurzaamheid als iets dat losstaat van onze kernactiviteiten. De verschillende aspecten van duurzaamheid zijn zo verweven met alles wat we doen. Een succesvol bedrijf, een duurzaam bedrijf op lange termijn, moet op elk moment nadenken over zijn impact"

Johan Ununger, CEO Saltå Kvarn, Zweeds MKB voor biologische voeding met 60+ werknemers

CO2-compensatie

Sinds 2009 heeft het bedrijf CO2-compensatie voor zijn vervoer aangepast door bomen te planten om de CO2-uitstoot door het vervoer van producten tegen te gaan. Bovendien heeft Saltå Kvarn zijn uitstoot verminderd door zijn vervoer over te hevelen van vrachtwagens naar spoorwegen en boten, wat bijdraagt tot een vermindering van de uitstoot met 50%.



Uw doel moet

- Zorgen voor een brandpunt voor het bedrijf dat alles wat het doet stuurt
- Bevorderen van baanbrekende innovatie die verder kijkt dan de huidige productportefeuille en toekomstige groei stimuleert.
- Het leven van mensen en de wereld om ons heen ten goede komen
- Medewerkers en klanten inspireren
- Constant zijn en ongevoelig voor eisen op korte termijn
- Rekening houden met de belanghebbende en niet alleen met de aandeelhouder

Doel voorbeeld - Phoenix Ontwerpsteun, Denmark

- <https://phoenixdesignaid.com/>
- Als internationaal ontwerp- en communicatiebureau met 22 medewerkers levert Phoenix Design Aid eigentijdse en innovatieve ontwerpen, gericht op de behoeften van de klant en snel beheer.
- **Duurzame consumptie** en productie is een prioriteit voor hun bedrijf. Ze dragen al jaren bij aan de ontwikkeling van papiersoorten en drukpraktijken, bijvoorbeeld de ontwikkeling van gerecycled papier. Ze streven ernaar hun CO2-uitstoot te minimaliseren, door het kopen van door de VN uitgegeven emissiekredieten en het neutraliseren van hun CO2-uitstoot.
- **Onderwijs is een prioriteit.** Ze delen hun kennis op het gebied van duurzaamheid. Hun steun aan [PDAid Foundation](#) en hun werk met [Sauti Kuu Foundation](#) en Kilimanjaro Initiative is lovenswaardig.
- **Certificering:** De Duurzame Ontwikkelingsdoelstelling. Phoenix Design Aid was het eerste grafische en communicatiebureau dat een certificering ontving voor de Sustainable Development Goals (SDG's). Concreet hebben ze een certificering ontvangen voor hun werk en inspanningen met 11 doelen binnen SDG 4: Kwaliteitsonderwijs, SDG 12: Verantwoorde consumptie en productie, SDG 13: Klimaatactie en SDG 17: Partnerschap voor de doelen.

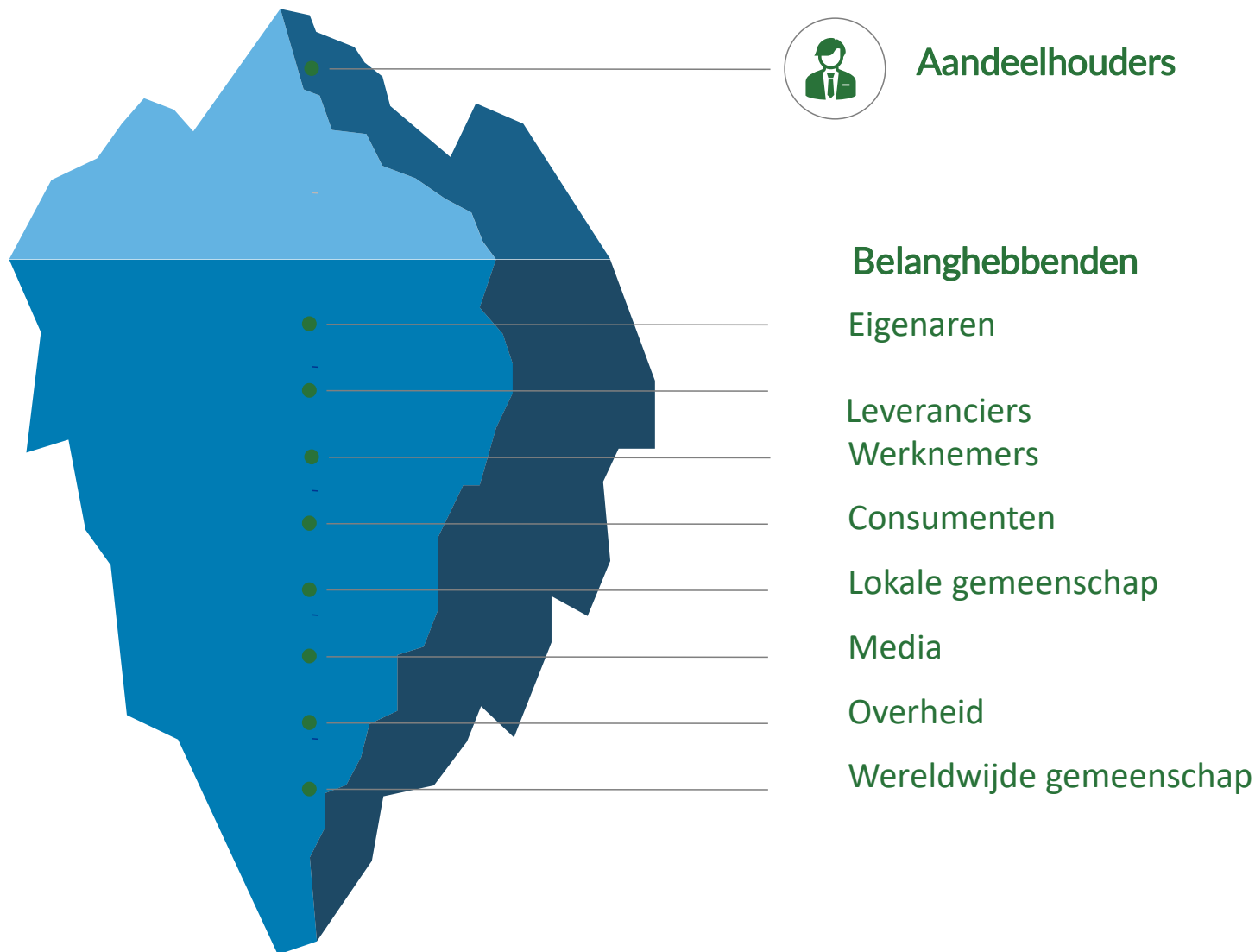
Denk aan al uw belanghebbenden

Waarde voor de aandeelhouder

Traditioneel draaide het doel van een onderneming om aandeelhouderswaarde. Hoewel financiële levensvatbaarheid nog steeds fundamenteel is, moeten bedrijven nu een doel verwoorden dat verder gaat dan winst.

Waarom bestaat u? **Wat is uw waarom?**

Als bedrijf moet u ernaar streven om verder te gaan dan de aandeelhouderswaarde op het eerste gezicht, en overwegen om waarde te creëren voor uw bredere stakeholders.



Uw doel bepalen: visie, missie en waarden

Misschien hebt u al een missie en een visie, maar staat duurzaamheid er ook in? Misschien moet deze worden opgefrist?

Een sterke **MISSIEVERKLARING** is meestal een korte zin (ongeveer twee tot drie zinnen) die aangeeft wat de organisatie doet, hoe ze dat doet en soms waarom.

Een **VISIEVERKLARING** is een korte verklaring - ongeveer één zin - die de toekomstgerichte doelen en ambities van uw organisatie beschrijft. Het destilleert uw toekomstvisie op een manier die de langetermijndoelstellingen van uw onderneming schetst en, vergelijkbaar met een missieverklaring, de kernwaarden van uw bedrijf weergeeft.

Het grootste verschil tussen missie- en visieverklaringen zit in het tijdsbestek. Een missieverklaring schetst alle dingen die je bedrijf in het heden doet om je doel te bereiken, terwijl een visieverklaring beschrijft waar je onderneming in de toekomst naartoe bouwt.

Uw missieverklaring kan alle of enkele van de volgende milieuproblemen bevatten:

- Formuleer uw milieumissie en -doelstellingen.
- Benadruk voortdurende milieuverbetering.
- Bevorder hergebruik, vermindering en recycling.
- Zet zich in voor communicatie en interactie met het publiek.
- De nadruk leggen op de naleving van relevante milieuwetten en -regelgeving. (Klimaat- en CO2-doelstellingen voor uw land en sector).

Duurzaamheidsbeginselen als leidraad voor uw visie, missie en doel

- Uw visie baseren op de beste beschikbare wetenschap en de meest nauwkeurige wiskunde.
- Verantwoordelijkheid nemen voor uw ecologische voetafdruk.
- Klanten in staat stellen dit voorbeeld te volgen
- Digitale technologie omarmen om uw leveranciers en klanten te helpen hun koolstofvoetafdruk te verminderen
- Uw werknemers inschakelen - erken dat uw werknemers uw grootste troef zijn bij het bevorderen van innovatie en probeer nieuwe mogelijkheden te creëren om hen in staat te stellen bij te dragen aan uw inspanningen.

Denk ook aan de volgende doelen...

- Doelstellingen met betrekking tot de SDG's die voor u het belangrijkste zijn - wij zien Phoenix Design Aid, Denemarken heel duidelijk voor deze aanpak kiezen.
- De leidende rol van uw bedrijf op het gebied van duurzaamheid
- Continue milieuverbetering en doelstellingen daarvoor
- Sterke partnerschappen met uw stakeholders en gemeenschap



Hoofdstuk 04

Wat is belangrijk voor u?
Uw doel bepalen en de
belangrijkste kwesties
identificeren

Identificeer de duurzaamheidskwesties die voor u van belang zijn



- Geen enkel bedrijf kan alle problemen aanpakken waarin alle belanghebbenden geïnteresseerd zijn. Maar bij welke kwesties bent u het meest betrokken?
- Moet uw bedrijf biodiversiteit of energie aanpakken? Behoort de bescherming van het lokale milieu tot uw verantwoordelijkheden, of de bescherming van de rechten van mensen in de toeleveringsketen?
- Een rigoureuus proces voor het identificeren van kwesties voor opname in de strategie is daarom een essentieel uitgangspunt. Misschien kunt u zich laten inspireren door de 8 belangrijkste milieuproblemen die we moeten aanpakken.
- #1: **Klimaatverandering** Klimaatverandering wordt door wetenschappers en andere deskundigen beschouwd als de meest urgente en impactvolle hedendaagse milieucrisis.

Bron: Top 8 van duurzame milieuvraagstukken die we moeten aanpakken.

Identificeer de duurzaamheidskwesaties die voor u van belang zijn



#2: Gebruik van natuurlijke hulpbronnen Een van de belangrijkste milieuproblemen waarmee de wereld wordt geconfronteerd, is het gebruik van natuurlijke hulpbronnen. Vrijwel alle economische activiteit houdt verband met het gebruik van natuurlijke hulpbronnen.

#3: Afvalproductie Zorgwekkend is niet alleen de snelle exploitatie van diverse grondstoffen, maar ook de groeiende kloof tussen de rijken en de minder bedeelden. Zoals het [Milieuprogramma van de V.N.](#) stelt: "We staan voor een historische keuze over hoe we hulpbronnen gebruiken en het rapport gaat in op het potentieel van innovatie, het heroverwegen van economische groei en de rol van steden bij het opbouwen van economieën die efficiënter met hulpbronnen omgaan.

#4: Watervervuiling Slechts één aspect - "[Uit het World Water Development Report 2017 van de Verenigde Naties blijkt dat](#)" wereldwijd waarschijnlijk meer dan 80% van het afvalwater zonder adequate behandeling in het milieu terechtkomt."

Bron: [Top 8 van duurzame milieuvraagstukken die we moeten aanpakken.](#)

Identificeer de duurzaamheidskwesaties die voor u van belang zijn



#5: **Ontbossing** Uit gegevens van de NASA blijkt dat bossen bijna een derde van de landmassa van de wereld bedekken, en ze spelen een ongelooflijk belangrijke rol in het milieu. Helaas nemen ontwikkelingslanden maar al te vaak hun toevlucht tot praktijken zoals kaalslag en verbranding en het niet verzorgen van de grond daarna, waardoor een vicieuze cirkel in stand wordt gehouden die het kappen van meer bomen vereist.

#6: **Overbevissing** Hoewel visserij de menselijke bevolking over de hele wereld ondersteunt en niet per se schadelijk is voor de rest van de wereld, kunnen slechte vispraktijken blijvende schade veroorzaken.

#7: **Verzuring van de oceaan** De oceaan absorbeert bijna een derde van de kooldioxide die in de wereld vrijkomt. De afgelopen 200 jaar is de verzuring [van de oceaan] met ongeveer 30% toegenomen en zijn de ecosystemen verstoord.

#8: **Luchtverontreiniging** Zoals veel milieurisico's heeft luchtverontreiniging niet overal ter wereld dezelfde gevolgen. Onderontwikkelde landen lopen meer risico.

Bron: Top 8 van duurzame milieuvraagstukken die we moeten aanpakken.

Hebt u de duurzaamheidskwesties geïdentificeerd die voor u van belang zijn? Koppel ze nu aan de SDG's



Volg deze stappen bij het kiezen van uw belangrijkste onderwerpen

Identificeer

Stel een lange lijst op van potentiële onderwerpen, en groepeer ze in 5 tot 10 hoofdonderwerpen.

Motiveer

Interne en externe belanghebbenden betrekken bij de bespreking en rangschikking van de onderwerpen

Prioriteit geven aan

Stel prioriteiten voor uw bedrijf en zijn stakeholders.

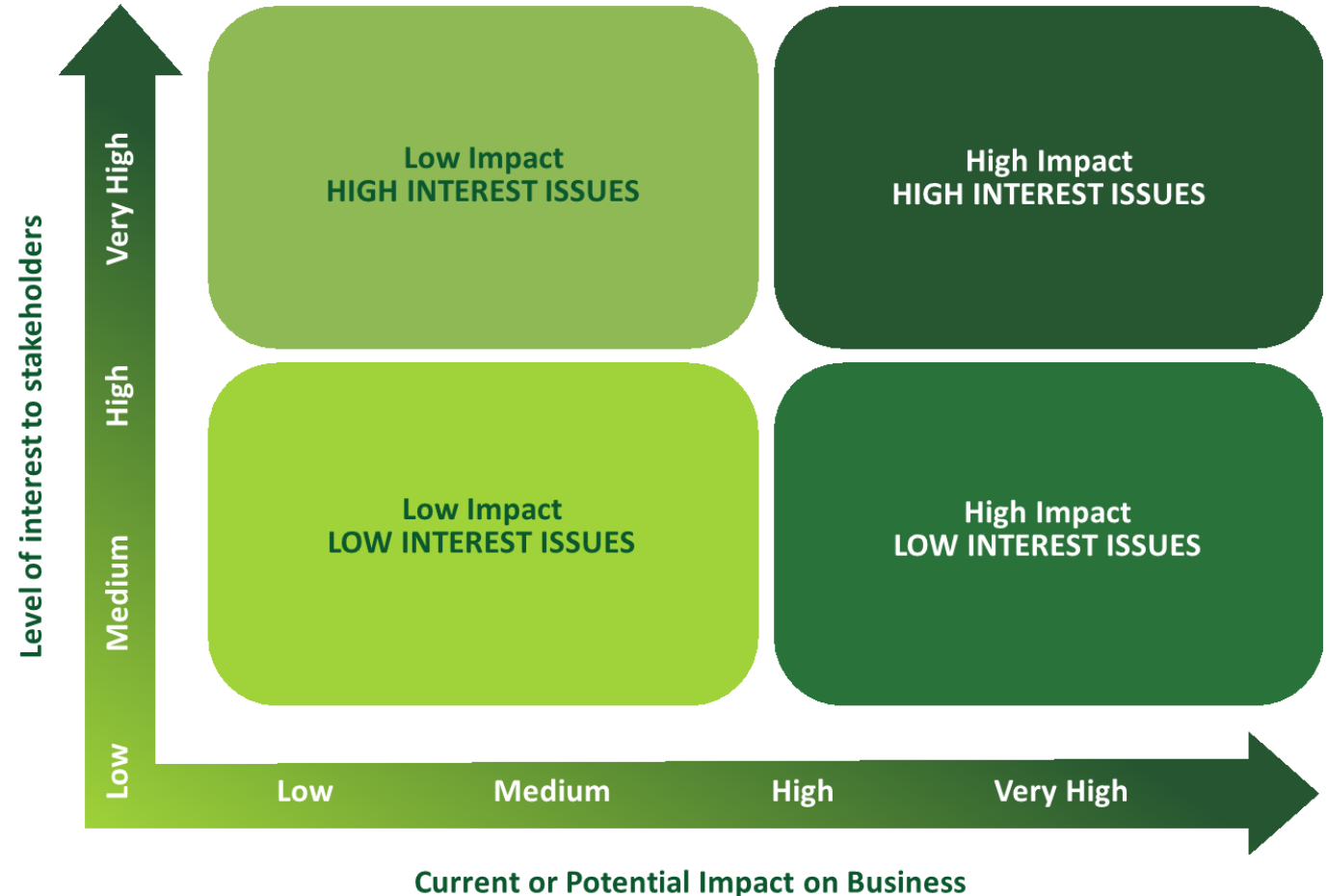
Valideer

Valideer de keuzes met het hoger management.

Matrix voor prioriteitstelling

De aandachtsgebieden hangen af van vele factoren en motivaties binnen uw bedrijf. Gebruik deze matrix om te bepalen waar elke actie een impact heeft of zou kunnen hebben.

Het is belangrijk dat belanghebbenden belangstelling hebben voor uw acties, maar dit moet worden beheerd door ervoor te zorgen dat deze acties een impact hebben op uw bedrijf.



Hoofdstuk 05

Doelen stellen en veranderingen doorvoeren

Doelen stellen



"Doelen stellen is de eerste stap om het onzichtbare zichtbaar te maken.,,"

*Anthony Robbins, gerenommeerd spreker
en coach*

Doelen stellen



Doelstellingen vormen de ruggengraat van een doeltreffende duurzaamheidsstrategie

Bieden een richtpunt voor mensen binnen en buiten het bedrijf

Bieden een duidelijke reeks doelstellingen voor het management

Bieden een maatstaf aan de hand waarvan extern publiek de vooruitgang kan beoordelen

Wat is nodig?

Hoe worden ze gemeten

Mensen die verantwoordelijk zijn voor de uitvoering

Het tijdschema voor de verwezenlijking

Afstemming op de SDG's

Doelen stellen - Zorg voor een deadline voor uw doelen. Gebruik het SMART-proces.

Specifiek:

Uw doelen voor duurzaamheid moeten duidelijk worden omschreven en specifiek zijn voor de actie die moet worden ondernomen om deze doelen te bereiken, bijv. maatregelen voor klimaatbestendigheid, uitstoot van broeikasgassen, behoud van hulpbronnen. Het definiëren van specifieke doelstellingen is de cruciale eerste stap naar SMART duurzaamheidsacties en moet in overeenstemming zijn met de doelstellingen en klimaatverbintenissen die worden aangegaan, bv. onze koolstofvoetafdruk met 5% per jaar verminderen. Praktische, goed onderzochte doelstellingen en de uitvoering ervan moeten ook gebaseerd zijn op economische duurzaamheid.

Meetbaar:

Nadat specifieke duurzaamheidsacties zijn gedefinieerd, moet u de vooruitgang op weg naar deze doelen meten. Maar welke maatstaven zullen het succes meten? Hoe precies kunnen ze worden gemeten? Hoe worden de gegevens verzameld en gerapporteerd? Zullen de meetmethoden worden aanvaard door andere belanghebbenden en regelgevers?

Doelen stellen - Zorg voor een deadline voor uw doelen. Gebruik het SMART-proces.

Haalbaar :

Het realiseren van transformerende duurzaamheidsdoelstellingen kan een uitdaging zijn, ongeacht het tijdsbestek. Maar u zult er baat bij hebben als u de wetenschap achter het bereiken van ambitieuze doelen en de voordelen van snelle invoering begrijpt. Planning van financiële, personele en technologische middelen en expertise is essentieel om haalbare doelen te bereiken.

Relevant :

Duurzaamheidsdoelstellingen zullen het meeste succes hebben als ze volledig relevant zijn voor u en uw stakeholders, voor lokale milieuomstandigheden en voor de behoeften van uw consumenten.



Doelen stellen - Zorg voor een deadline voor uw doelen. Gebruik het SMART-proces.



Tijdgebonden:

- Duurzaamheidsdoelstellingen moeten de periode vaststellen waarin de voordelen zullen worden gerealiseerd. De doelstellingen moeten worden geëvalueerd op hun duurzaamheid op korte en lange termijn om reputatierisico's te vermijden.
- Herzie uw duurzaamheidsplan elke 2-3 jaar om ervoor te zorgen dat u op koers blijft en uw doelen nog steeds relevant zijn voor uw bedrijf.
- Stel een deadline vast voor uw overkoepelende doelstelling en maak gebruik van acties en richtingspunten met hun eigen deadlines om ervoor te zorgen dat er actie wordt ondernomen.

Wijzigingen aanbrengen



“Je hoeft niet geweldig te zijn om te beginnen, maar je moet beginnen om geweldig te zijn.”

Zig Ziglar, auteur en verkoper

Indicatieve doelstellingen en verandering Voorbeeld

Een goede start
zou de
koolstofvoetafdruk
van uw MKB
kunnen zijn. Begin
met de basis

Carbon footprinting is een goed startpunt voor elk bedrijf om zijn impact op de opwarming van de aarde te verminderen. Het staat bekend als "de milieumunt".

Carbon footprinting stelt bedrijven in staat de impact van hun activiteiten op de opwarming van de aarde te benchmarken en te begrijpen, milieu-hotspots te identificeren en actie te ondernemen om deze impact te verminderen.

Een koolstofvoetafdruk geeft een gedetailleerd overzicht van de CO₂-impact van alle energie, hulpbronnen en materialen die in het bedrijf worden gebruikt. Koolstofkaders zoals het [GHG-protocol](#) helpen ons de gegevens beter te begrijpen om de CO₂-impact van onze activiteiten te vergelijken en doelen te stellen.

We kunnen een voetafdruk maken van bedrijven, waardeketens en producten

Uw CO2-uitstoot berekenen - bekijk deze TED Talk



Koolstofvoetafdruk Stappen

1. Vaststelling van een strategie voor koolstofbeheer

- Bepaal de grens en de reikwijdte van uw MKB
- Identificeer emissiebronnen
- Basislijn en tijdschema's overeenkomen

- Gegevens verzameling
- Kwantificeren van emissies

2. Een volledige koolstofvoetafdruk maken

3. Controle van de koolstofvoetafdruk

- Verslag
- Hercontrole doelstellingen
- Externe beoordeling

Identificatie van de emissiegebieden



Directe emissies van middelen die eigendom zijn van en beheerd worden door het bedrijf, zoals gas, olie en diesel.



Indirecte emissies van de opwekking van gekochte energie van een nutsbedrijf, bv. elektriciteit



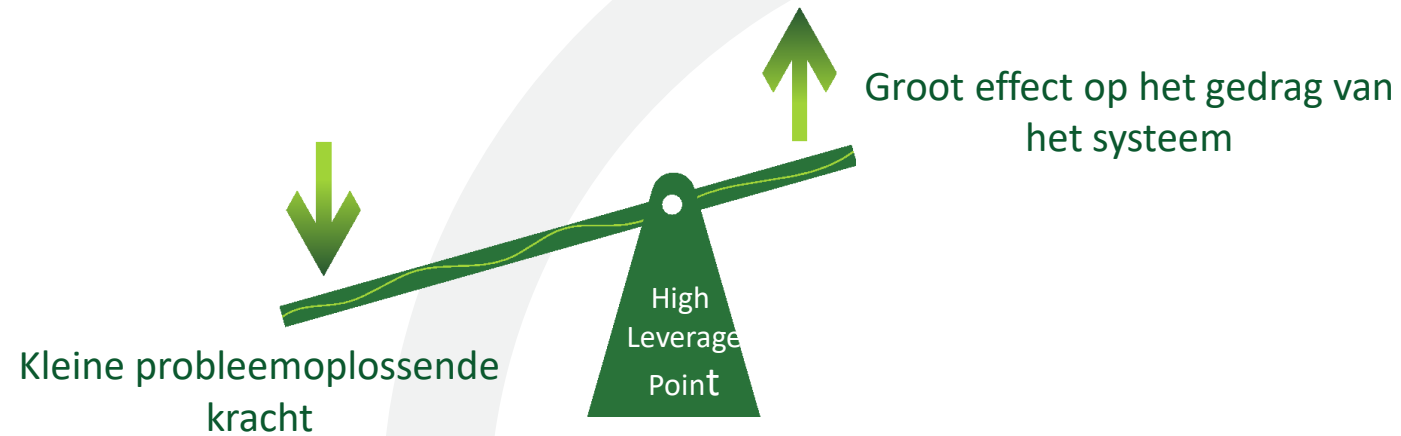
Alle indirecte emissies die niet onder scope 2 vallen en die in de waardeketen voorkomen, zoals woon-werkverkeer, afval en water.

Gegevensverzameling kan primair of secundair zijn



Uw strategie
toepassen.

Kijk of u uw
duurzaamheidsacties
kunt toepassen op
bepaalde
aangrijpingspunten
binnen en buiten uw
bedrijf



Een hefboompunt is een plaats in een systeem of bedrijfsstructuur waar een oplossingselement kan worden toegepast. Van belang :

- Het is een laag hefboompunt als een kleine hoeveelheid veranderkracht een kleine verandering in het systeemgedrag veroorzaakt.
- Het is een hoog hefboompunt als een kleine veranderingskracht een grote verandering in het systeemgedrag veroorzaakt.

Voorbeeld: Pas uw duurzaamheidsstrategie toe op deze interne hefboom punten



Partnerschappen en vooruitgang - Bekijk de onderstaande voorbeelden als mogelijke acties voor uw strategie

CERTIFICERING: DE DOELSTELLINGEN VOOR DUURZAME ONTWIKKELING

AENOR heeft een certificeringsmodel ontwikkeld dat de bijdrage van het bedrijfsleven aan de SDG's aanmoedigt en dat van toepassing is op alle soorten organisaties en sectoren.

DIEP DIEPER - [AENOR-model Certificering van de bijdrage van de bedrijfsstrategie aan de SDG's](#)

WATCH



Partnerschappen en vooruitgang - Bekijk de onderstaande voorbeelden als mogelijke acties voor uw strategie



ISO 14001-CERTIFICERING

ISO is een onafhankelijke, niet-gouvernementele internationale organisatie waarbij 167 nationale normalisatie-instellingen zijn aangesloten.

GLOBAL COMPACT VAN DE VERENIGDE NATIES

Word lid van het wereldwijde initiatief van de Verenigde Naties voor sociale en ecologische duurzaamheid, formeel bekend als het United Nations Global Compact. Het Global Compact omvat tien beginselen die gebaseerd zijn op internationaal erkende verdragen.

Hoofdstuk 06 Evaluatie en rapportage van de vorderingen

Beoordeling



“Fouten moeten worden onderzocht, er moet van worden geleerd en ze moeten worden weggegooid; er moet niet over worden nagedacht en opgeslagen.”

Tim Fargo, Amerikaanse auteur, keynote speaker, investeerder en ondernemer

Blijf verbeteringen aanbrengen door uw duurzaamheidsplan regelmatig te herzien en bij te werken



Het lijkt geen twijfel dat kwesties in verband met duurzaamheid vrij snel kunnen veranderen. Uw duurzaamheidsplan zal regelmatig moeten worden herzien en bijgewerkt, niet alleen om redenen van voortdurende verbetering, maar ook om ervoor te zorgen dat het geschikt is voor de tijd waarin wij leven en werken.

U moet een **wendbare aanpak** hanteren om de meest aantrekkelijke kansen voor de invoering van duurzame praktijken te identificeren en deze kansen vervolgens planmatig te onderzoeken. Op continue basis moet u de hiaten in uw plan identificeren en bijwerken wat u moet behouden, wat u moet toevoegen en wat u moet veranderen met betrekking tot uw bedrijf. Dit zal de sterke en zwakke punten van het plan verder in overweging nemen. Probeer belangrijke sterke punten te koppelen aan kansen om mogelijkheden te creëren die kunnen worden ontwikkeld tot een concurrentievoordeel.

Uw strategie herzien

Een deel van de rol van effectief MKB-bestuur en -toezicht is het beoordelen van de prestaties en het aanbrengen van de nodige wijzigingen - inclusief de periodieke vraag of de strategie alle juiste kwesties aanpakt.

Externe deskundigen moeten ook worden uitgenodigd om de strategie te beoordelen en nieuwe mogelijkheden te identificeren - luisteren naar feedback, suggesties overnemen en vertrouwen opbouwen.

Voortdurende betrokkenheid moet leiden tot voortdurende evolutie en actualisering van de strategie.



TRY AGAIN.
FAIL AGAIN.
FAIL **BETTER.**



Laten we deze module nu afsluiten met de 5 stappen voor de herziening van uw duurzaamheidsstrategie

Regelmatig en op belangrijke momenten in het bedrijfsjaar verslag uitbrengen, bijvoorbeeld tijdens boekhoudkundige periodes, einde van het jaar/begin van het jaar, jaarlijkse evaluaties.

Zorg ervoor dat uw verslag ingaat op de specifieke doelen die u hebt gesteld. Stem ze af op externe kaders zoals de SDG's.

Maak uw verslagen beknopt en gemakkelijk leesbaar. Maak visueel duidelijk hoe ver u bent gekomen en wat er is bereikt.



Wees eerlijk over uw activiteiten, laat zien waar u moeite hebt gehad of geen vooruitgang hebt geboekt met uw duurzaamheidsdoelstellingen, het zal u helpen ontdekken waarom.

Gebruik een externe deskundige om uw rapporten te beoordelen, dit zal uw bevindingen valideren en u waardevolle feedback geven.

Volgende...

Module 3 Een duurzame
kantoorhouding
bevorderen



SUSTAINABLE
futures for enterprise centres



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union