

Whitepaper

**DUURZAAM ONDERNEMEN OM WEER VOORSPRONG TE
NEMEN**

DUURZAAMHEIDSONDERZOEK BIJ BELGISCHE BEDRIJVEN

INLEIDING

We kunnen het niet genoeg benadrukken: duurzaam ondernemen is meer dan milieubewustzijn. Bedrijven opereren niet in een economisch vacuüm, ze maken inherent deel uit van onze sociale en natuurlijke omgeving. Succesvolle bedrijven beheersen hun economische, groene en filantropische kansen en risico's door in te zetten op rendabiliteit, respect en reputatie. Maar hoever staan we met duurzaam ondernemen in België?

Om dat te weten te komen, gaf SAP studieorgaan Indigov de opdracht om een stand van zaken te maken van duurzaam ondernemen in België. In deze *whitepaper* bespreken we de conclusies van het onderzoek.

Zeker door de huidige economische onzekerheid gaat bijna alle aandacht naar doelstellingen op korte termijn. In het beste geval hebben bedrijven een jaarplanning. Vaak ontbreekt zelfs dát. De gevolgen van onze keuzes op lange termijn – pakweg over tien of twintig jaar – houden ons niet bezig. En dat is gevaarlijk. Specialisten zijn het niet eens over alle kwesties, maar vast staat wel dat we nu moeten handelen om eventuele ecologische en economische problemen in de toekomst te vermijden.

Er zijn in ons land drie misverstanden waardoor duurzaam ondernemen nog niet echt doorbrak. Ten eerste gaat men ervan uit dat het voldoende is dat grote bedrijven de handen uit de mouwen steken. Dat is zeker nodig, maar zoals vaak geldt: ook vele kleintjes maken één groot. En België is een echt kmo-land: volgens de kmo-barometer van UNIZO zijn er in ons land ruim 850.000 kleine en middelgrote bedrijven.

Ten tweede leeft de perceptie dat duurzaam handelen geld kost. Dat is niet altijd het geval. Slimmer omspringen met energie en grondstoffen levert namelijk ook flinke besparingen op. Tot slot is duurzaamheid niet alleen een kwestie van milieubescherming. Het betekent ook: uw dagelijkse operaties efficiënter maken, een langetermijnplanning opstellen, oog hebben voor het welzijn van uw personeel, enzovoort. Wij hebben het vaak over de drie sociale, groen en economische dimensies van duurzaam ondernemen. Uit het onderzoek komen we alvast te weten waar er ruimte is voor verbetering.

Bij die verbetering wil SAP meehelpen. Door zelf meer duurzaam ondernemen lijkt het wel of er een nieuwe wind waait door ons bedrijf. We reduceerden in 2009 onze CO₂-uitstoot met liefst vijftien procent. Dat is een verdrievoudiging van onze initiële doelstelling, al geven we eerlijkheidshalve toe dat de crisis daar ook voor iets tussenzit. Maar we lanceerden ook projecten voor sociale en economische ontwikkeling. Door onze samenwerking met de microfinanciering-ngo PlaNet Finance helpen we bedrijven en organisaties die nood hebben aan opleiding, technologie en financiën. Zo ondersteunen we onder meer een Ghanees landbouwproject voor betere lokale productiefaciliteiten en eenvoudiger markttoegang.

Het Belgische energieverbruik zakte in 2009 met ongeveer 6% tegenover een jaar eerder. Om te vermijden dat het verbruik weer stijgt naarmate de economie heropleeft, kunnen we best met z'n allen wat duurzamer gaan leven. Een duurzaam beleid is ook voor de Belgische onderneming interessant. Het maakt ze rendabeler, en dat zal onze lokale en regionale economieën een gezonde impuls geven. We hebben allen baat bij een duurzame toekomst.

DE AANLEIDING VOOR HET ONDERZOEK

Onze samenleving staat voor een nieuwe economische, ecologische en sociale realiteit. De regelgeving neemt toe op alle niveaus, onze economie hapt naar adem, consumenten hebben steeds meer oog voor de milieu- en sociale politiek van organisaties, het internet maakt die politiek ook transparanter en de consumenten assertiever, de energiebronnen worden schaarser en door de globalisering voeren bedrijven handel over de hele wereld. Ondanks Kopenhagen zullen er immers steeds striktere milieuregels komen, zullen energieprijzen onvoorspelbaar blijven fluctueren en zullen klanten meer transparantie vragen van hun leveranciers, enzovoort. Kortom: een riste uitdagingen.

In economisch moeilijke tijden kijken bedrijven door een kapitaalsgebrek vooral naar hun winstgevendheid en cashflow. Maar zoals gezegd verslechtert ook het huidige wereldwijde ecologische en sociale klimaat. Het verhoogt de druk op de merknaam, het marktaandeel en tot op een bepaald niveau zelfs de beurswaarde van bedrijven. Het is dus belangrijk dat bedrijven die risico's onder controle krijgen en op zoek gaan naar nieuwe, nog onontgonnen kansen voor winstgevendheid. De nieuwe realiteit stelt dan ook de huidige ondernemingsmodellen op de proef. Maar tegelijk biedt de verandering ook nieuwe mogelijkheden. In de nieuwe, 'normale economie' vormt duurzaamheid de rode draad.

Duurzaam beleid is garantie voor succes

Een duurzaam ondernemingsbeleid geeft bedrijven de kans om hun winstgevendheid aan te wakkeren dankzij een overkoepelend beheer van hun economische, sociale en groene kansen en risico's. SAP is dan ook van mening dat duurzaam ondernemen Belgische organisaties zal helpen om de bovenstaande uitdagingen van de toekomst goed aan te pakken. We zijn ervan overtuigd dat een doorgedreven intern duurzaamheidsbeleid de kern zal vormen van het langetermijnsucces van onze onderneming.

Door duurzaamheid in te schrijven in de bedrijfsstrategie zullen we niet alleen kosten verlagen, maar ook beter en efficiënter presteren. Zo dragen de duurzame bedrijfsdoelstellingen bij aan de winstgevendheid op zowel korte als lange termijn. Dat bewijst het Sustainability Yearbook van het adviesbureau PricewaterhouseCoopers en de Zwitserse duurzaamheidsinvesteerdsgroep Sustainable Asset Management (SAM). Het jaarboek maakt een analyse van de duurzaamheidsstrategieën van 1200 topbedrijven. Het vormt de basis voor de Dow Jones Sustainability Index, die sinds 1999 de financiële prestaties meet van duurzame beursgenoteerde bedrijven.

DE AANLEIDING VOOR SAP

Informatietechnologie is een middel om het energieverbruik onder meer in datacenters te reduceren. Maar op andere terreinen kunnen we een veelvoud van die winst boeken. De informatica-industrie is verantwoordelijk voor ongeveer twee procent van alle CO₂-emissies. Met ons eigen duurzaam beleid reduceerden we al sterk onze eigen uitstoot. Maar SAP staat niet alleen. We willen onze klanten en zakelijke partners over de hele wereld helpen om hun economische, groene en sociale uitdagingen te verwezenlijken.

We kunnen klanten helpen om zich te richten op die overige 98 procent. Met meer dan 97.000 klanten in meer dan 25 branches bevindt SAP zich immers in een goede positie om veel meer verandering te realiseren. Liefst zestig procent van alle zakelijke transacties vindt plaats via onze software. Met vertakkingen over de hele wereld hebben we de kans om globale verandering aan te moedigen.

We willen hen eerst overtuigen om de stap te zetten van maatschappelijk verantwoord naar duurzaam ondernemen. Dat zal hun omzet en winstgevendheid positief beïnvloeden. Bovenal willen we hen helpen om van duurzaamheid een doel op zich te maken en te verankeren in de kernprocessen van de organisatie en de toevoerketen. Als derde stap gaan we de duurzaamheidsprestaties meten, modelleren en analyseren. Met onze dashboard- en rapportagesoftware kunnen we de duurzaamheid zichtbaar maken en verbeteren. Dan maken ondernemingen de grootste duurzame winsten.

SAP neemt voortrekkersrol op

Medio november 2008 al publiceerde SAP zijn eerste duurzaamheidsrapport. Als leverancier van automatiseringssoftware willen we van onze klanten geoliede organisaties maken. Eerder hielpen we onze 95.000 klanten al bij twee grote zakelijke transformaties – de globalisering en de opkomst van het internet. Duurzaamheidsinitiatieven geven zuurstof aan de bedrijfswereld, de mens en de natuur. SAP wil die verantwoordelijkheid dan ook niet uit de weg gaan.

Die verantwoordelijkheid is tegelijk een grote opportuniteit voor ons. Net zoals bij de vorige transformaties zal technologie bedrijven helpen om duurzaam te ondernemen. Met onze software kunnen organisaties hun duurzaamheidsinitiatieven en –inspanningen maximaliseren. Ons eigen duurzaam beleid kan daarbij een bron van inspiratie vormen.

DUURZAAMHEID IS...

Het overkoepelend beheer van economische, sociale en groene bedrijfskansen en -risico's. De basisidee is even eenvoudig als dwingend: we kunnen de natuurlijke energie maar benutten op het ritme dat ze hernieuwd wordt. Het mag duidelijk zijn dat de industrie vandaag niet duurzaam genoeg opereert en verandering zich aandringt. De universele definitie van duurzaamheid omvat sociale, groene en economische dimensies. In de tabel hieronder zoomen we hier op in.

Onze software geeft organisaties inzicht in de efficiëntie van hun duurzame maatregelen, op zowel bedrijfsstrategisch als operationeel niveau. Zo lanceerden we in 2009 een toepassing om de CO₂-impact te meten. Daarmee kan een onderneming haar energieverbruik meten en de impact ervan op onze planeet in kaart brengen.

Vijf pijlers

Met onze software voor algemeen duurzaamheidsbeheer kunnen onze klanten een hele reeks economische, ecologische en sociale duurzaamheidsindicatoren opvolgen, analyseren en rapporteren. Zo kunnen ze onder meer hun operationeel risicobeheer, productiviteit, personeelsbeleid, marketing en strategie duurzamer maken.

Het zijn volgens SAP de vijf pijlers voor een doorgedreven duurzaam beleid in een onderneming. Het resulteert in meer energie-efficiëntie, een lagere uitstoot van schadelijke emissies, minder kosten en een betere aanpak van sociale dilemma's. Informatica is dus een katalysator voor rendabiliteit, zowel op korte als op lange termijn, en op alle vlakken.

Sociale dimensie	Groene dimensie	Economische dimensie
<ul style="list-style-type: none">• Labor, health, and safety: Address occupational health, safety, working conditions, and so on• Human rights and diversity: Ensure compliance with human rights and organizational diversity• Product safety: Ensure consumer safety• Retention and qualification: Attract, foster, and retain top talent by fostering "green" profile	<ul style="list-style-type: none">• Energy optimization: Manage energy costs via planning, risk management, and process improvements• Water optimization: Ensure sustainable and cost-effective water supply• Raw materials optimization: Control raw material-related costs and manage price volatility• Air and climate change: Reduce or account for greenhouse gas emissions• Sewage: Manage sewage emissions and impact on water supply• Land pollution: Avoid or reduce land pollution• Waste: Manage waste in a sustainable way	<ul style="list-style-type: none">• Sustainability performance management: Provide key performance indicators to manage sustainability efforts• Sustainable business opportunity: Enable new goods and services for customers• Emission trading: Ensure financial optimization (cap and trade)• Reporting: Comply with external demands for adequate reporting and disclosures

	<ul style="list-style-type: none">• Sustainable product life cycle: Sustainably develop new products and manage life cycle	
--	--	--

DUURZAAMHEIDSONDERZOEK BELGISCHE BEDRIJVEN

Hoeveel belang hechten Belgische ondernemingen aan duurzaamheid? Wat houdt duurzaamheid juist in? Staat het überhaupt op de agenda van de Belgische bedrijfsleider? Welke maatregelen neemt men dan doorgaans?

Om een antwoord te vinden op de vragen, vroegen we aan het studiebureau Indigov om bij Belgische ondernemingen te peilen naar hun duurzaamheidsinitiatieven. 648 bedrijven namen deel aan het online onderzoek dat werd gevoerd in mei 2010. De respondenten zijn leidinggevenden van verschillende ondernemingen van verschillende groottes, die actief zijn in verschillende sectoren. Daarmee is de steekproef meteen ook statistisch relevant. De deelnemers werden uitgenodigd om online te antwoorden op een aantal multiple-choicevragen en één open vraag.

Indigov is een interdisciplinair onderzoeks- en adviesbureau dat nauw verbonden is met de K.U. Leuven. Het bureau heeft een bijzondere expertise in onderzoek van e-government, algemene communicatiecampagnes, politiek en media en de adoptie, het gebruik en de impact van nieuwe technologieën. Eerder peilde Indigov in opdracht van SAP bij 1000 beroepsactieve Belgen naar het gebruik van de elektronische identiteitskaart (eID) op het werk.

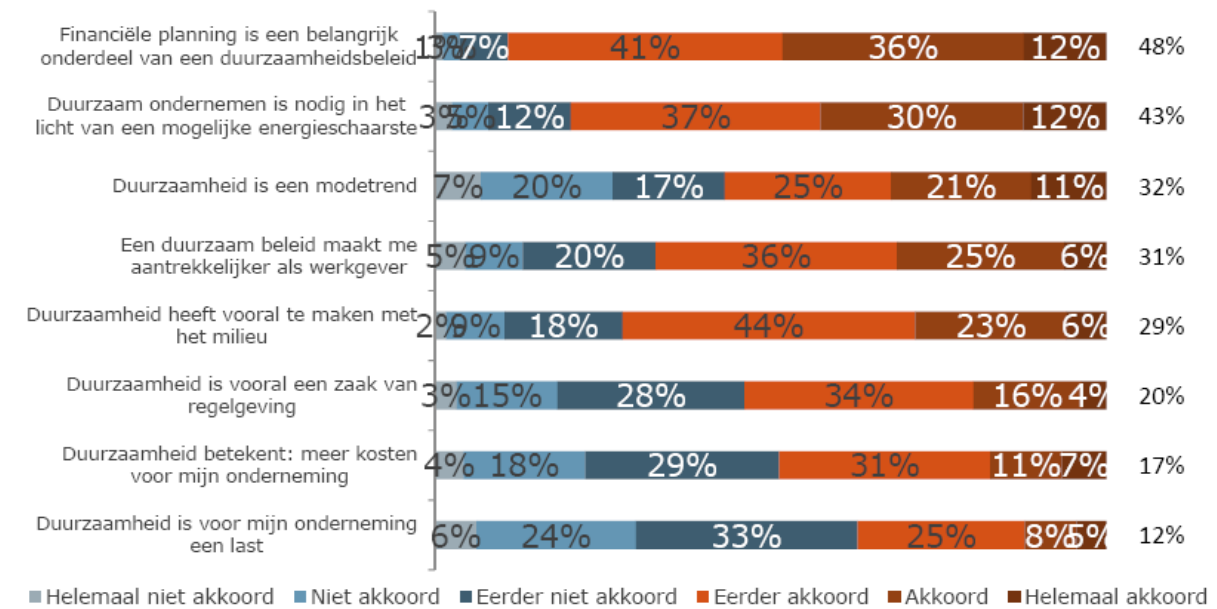
ATTITUDE TEN AANZIEN VAN DUURZAAMHEID

Duurzaamheid is voor vele Belgische bedrijfsleiders nog een vaag begrip. Niet alleen is de definitie nog vaak onduidelijk, er zijn ook vaak financiële en administratieve vooroordelen. Wij wilden daarom eerst polsen naar de perceptie van duurzaamheid bij bedrijfsleiders. Wat houdt duurzaamheid voor hen in?

Volgens het onderzoek associeert bijna driekwart van de bedrijven duurzaamheid enkel met milieubewustzijn. Men is er duidelijk te weinig van bewust dat duurzaam ondernemen ook een financieel en een sociaal luik omvat. En zonder holistische benadering is er geen geïntegreerd beleid en liggen de voordelen *niet* voor het rapen. Zonder geïntegreerde maatregelen stelt men zich bloot aan risico's en laat men ongewild kansen onbenut. Het verlaagt de rendabiliteit van de duurzame investeringen. De maatregelen hebben dan geen exponentieel positief effect op de winstgevendheid van het bedrijf.

Ondanks de belangrijke inspanningen van politici, denktanken, drukingsgroepen en wereldorganisaties, is liefst 57% van de bevroagde ondernemingen er dan ook van overtuigd is dat duurzaamheid een modeverschijnsel is. Uit de studie blijkt dat het belang dat Belgische bedrijven momenteel hechten aan duurzaam ondernemen erg beperkt is. Dat is toch zorgwekkend.

Maar circa zestig procent vindt evenwel dat duurzaam ondernemen niet nodig is om een mogelijke energieschaarste op te vangen.



Een minderheid heeft al een beleid ter zake

In lijn met de bovenstaande resultaten blijkt dat de meeste ondernemingen nog geen duurzaamheidsbeleid hebben. Bovendien bevestigt net geen veertig procent dat duurzaam ondernemen ook niet meteen een prioriteit is voor hun directie. Zes op de tien bedrijven hebben alvast niemand aangesteld om zich van de taak kwijten.

Toch heeft al 18 procent van de Belgische bedrijven wel iemand in de rangen die een duurzaam beleid uitstippelt. Voornamelijk de grotere bedrijven - met meer dan 250 medewerkers - doen dat. Anderzijds heeft bijna de helft van de respondenten binnen de grotere bedrijven geen idee of er binnen het bedrijf een duurzaam beleid of verantwoordelijke is. Contradictoir genoeg vindt 1 op 3 bedrijven duurzaamheid toch ook belangrijk voor het imago.

Heeft duurzaamheid al eens op de agenda van uw directieraad gestaan?



Is er iemand in uw organisatie die (al dan niet full-time) verantwoordelijk is voor een duurzaam beleid?



Hoewel de meesten wel weten dat het hen niet met extra kosten opzadelt en het dus ook geen last is, leeft duurzaamheid nog niet meteen in de Belgische ondernemingswereld. Het kan betekenen dat de bedrijfswereld nog te weinig op de hoogte is van de voordelen die duurzame maatregelen opleveren. Ze nemen vooral groene initiatieven, en missen daarom de voordelen die vasthangen aan de twee andere dimensies van duurzaam ondernemen.

Het belang van duurzaamheid in de ogen van ondernemingen kunnen we ook opmeten uit de inspanningen die ze hieromtrent verwachten van hun leveranciers. Een meerderheid verwacht niet dat leveranciers op een duurzame manier moeten werken. Zelfs de nabijheid van de dienst- of productleverancier is slechts voor dertig procent van de bevroegden van belang. Het bevestigt onze eerdere conclusie dat onze bedrijven nog niet echt veel belang hechten aan duurzaam ondernemen.

Naarmate duurzaamheid daadwerkelijk in de Belgische bedrijfscultuur zal worden opgenomen, kunnen we verwachten dat onze bedrijven meer van hun leveranciers zullen verlangen dat ze duurzamer omspringen met het milieu, hun middelen en hun medewerkers.

BELGISCHE MOTIEVEN VOOR DUURZAAM ONDERNEMEN

De overheid legt burger en bedrijf een aantal verplichtingen op om efficiënter om te springen met energie, onder meer via strengere emissienormen voor de industrie en voor wagens op privé-niveau. Die verplichtingen zijn voor elf procent van de respondenten al voldoende om een duurzaam beleid te hanteren, ook voor zaken die buiten het wettelijk verplicht kader vallen.

Kostenbesparing

Naast die verplichte nummers hebben bedrijven gelukkig nog andere drijfveren om een duurzaam beleid in te voeren. Zo is kost een belangrijke aanzet om energie-efficiënter te ondernemen. Dat blijkt ook uit het onderzoek: voor liefst vijftig procent van de bevroegden zou mogelijke kostenbesparingen een motief kunnen zijn om een duurzaam beleid in te voeren.

[KADER]

Volgens cijfers van de *World Business Council for Sustainable Development* beseft men al twee decennia dat eco-efficiëntie bedrijven kan helpen om kosten te drukken. Chemiebedrijf DuPont werkt sinds 1991 aan zijn energieverbruik en kon zo al ruim 3 miljard dollar besparen en 72% minder uitstoten. Farmaceutisch bedrijf Novartis plande in 2009 liefst 69 projecten die een jaarlijkse besparing van 1060 terajoule van 24,5 miljoen dollar moeten opleveren. 3M, bekend van de kleefband en de post-its, deed het tussen 2001 en 2006 met 34% minder energie en bespaarde daarmee 92 miljoen dollar.

Om huidige kosten terug te schroeven en te anticiperen op de toekomst, volstaan de acties in het kader van overheidsrestricties niet. Men moet een duidelijke business case schrijven die alle emissie- en energiemaatregelen in kaart brengen. Want dan houdt men rekening met de volledige waarde-, productie en toevoerketen en zijn besparingen zoals hierboven mogelijk.

Bedrijfsimago

Als tweede belangrijkste reden naast kostenbesparing geven de Belgische bedrijven de ondersteuning van het bedrijfsimago aan. Bij grotere bedrijven ligt dat cijfer hoger, wat strookt met eerdere bevindingen rond aantrekkelijkheid en duurzaamheid. In het vorige hoofdstuk zagen we dat 31 procent van de bevroegde - vooral grotere - bedrijven duurzaamheid bevorderlijk vindt voor de aantrekkingskracht van de onderneming.

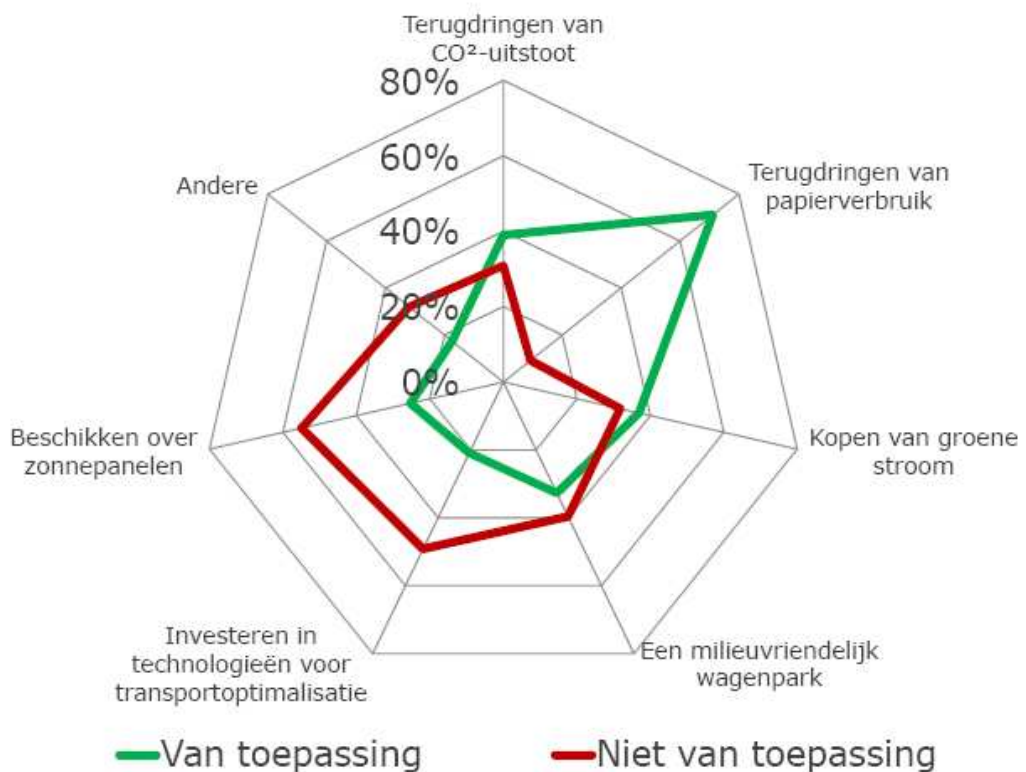
Ondanks de mogelijke besparingen, de wettelijke verplichtingen en het bedrijfsimago heeft achttien procent voorlopig geen actief beleid om duurzame maatregelen te verzilveren.

WELKE MAATREGELEN NEEMT MEN?

De resultaten die we al toelichtten in het hoofdstuk over de attitude ten aanzien van duurzaamheid geven duidelijk aan dat Belgische bedrijven toch nog bepaalde vooroordelen hebben in verband met duurzaam ondernemen. Toch gaf 42% van de bedrijven ook aan al duurzame maatregelen te nemen om te voldoen aan wettelijke verplichtingen, kosten te drukken of hun imago te onderhouden of op te vijzelen. Maar concreet: welke initiatieven nemen ze dan?

We zagen al dat de Belgische bedrijfswereld duurzaamheid sterk associeert met milieuzorg. Het onderzoek leert ons dat bijna drie vierden van de Belgische ondernemingen inderdaad al maatregelen neemt met respect voor het milieu.

Wat doet uw onderneming om het energiebeheer te verbeteren?



Minder papier op nummer één

Zo levert bijna driekwart van de bedrijven inspanningen om het verbruik van papier in hun onderneming terug te schroeven. De aankoop van groene stroom en milieuvriendelijke wagens staan op twee en drie.

Minder voor de hand liggende investeringen, zoals de aankoop van software voor transportplanning, worden voornamelijk door de grotere bedrijven gedaan. Investeringen met een rendement op langere termijn, zoals zonnepanelen, kunnen we nog niet echt populair noemen. Dat is toch verrassend, want uit cijfers van de VREG van eind 2009 blijkt dat bij de consumenten al minstens 50.000 gezinnen over zonnepanelen beschikken.

Ook om economische redenen

In het licht van die milieuvriendelijke inspanningen gebruikt 72% van de bedrijven zijn energie vandaag op een efficiëntere manier. Deze maatregelen hebben een positieve impact op het milieu, maar ook op het budget van de onderneming.

Men investeert vooral in energiezuinige verlichting: 81% van de Belgische bedrijven installeerde al spaarlampen of intelligente schakelaars. 73 procent reduceerde ook het sluipverbruik, door onder meer de computerschermen 's nachts automatisch uit te schakelen.

Opnieuw zijn de iets duurdere investeringen, zoals dag- en nachtmeters of energiezuinige verwarming, minder frequent, hoewel ze met respectievelijk 60 en 44 procent toch nog een goede notering behalen. Groene informaticatechnologieën en slimme meters sluiten met minder dan twintig procent de lijst duidelijk lager af. Opmerkelijk is dat voornamelijk de kleine bedrijven goed scoren in efficiënt energiebeheer.

WAT IS HET RENDEMENT VAN DE INVESTERINGEN?

We kunnen al toejuichen dat ondernemingen initiatieven nemen voor minder energieverbruik en minder uitstoot van schadelijke gassen. Maar zulke investeringen zijn pas zinvol als men het rendement of de vooruitgang ervan meet. Het is enkel op basis van die meetresultaten dat men aanpassingen of verbeteringen kan voorzien.

Uit het onderzoek leren we dat van de bedrijven die investeren in energie-efficiëntie, 68 procent nalaat om het rendement ervan te berekenen. Bedrijven met 500 tot 1000 medewerkers scoren wat dat betreft iets beter. Zowat 53% procent van hen meet het investeringsrendement van energiezuinige maatregelen. Zij slagen erin om meer vooruit te kijken en bij te sturen op basis van interne gegevens die hen meer 'bedrijfsintelligentie' verschaffen.

Belgische bedrijven meten hun emissies niet

Volgens het Protocol van Kyoto en de interne Europese herverdeling van de reductielasten moet België zijn emissies van broeikasgassen tegen de periode 2008-2012 met 7,5% reduceren ten opzichte van de uitstoot in 1990. België kent aan installaties met een verbrandingscapaciteit van minimum 20 Megawatt een hoeveelheid CO₂-emissierechten toe. De grote industriële proces- en energieinstallaties meten hun CO₂-uitstoot aan de hand van hun productiecapaciteit.

Uit het onderzoek blijkt dat algemeen slechts 7% van de Belgische ondernemingen zijn emissies meet. In tegenstelling tot wat algemeen verwacht wordt, meet ook in de middelgrote tot zeer grote bedrijven geen derde van de respondenten zijn CO₂-uitstoot. Ook bij de industriële bedrijven met meer dan 1000 medewerkers meet slechts 24% zijn emissies.

Bovenal positief is dat de ondernemingen die hun emissies wel meten, ook iets doen met de resultaten. Het belang hiervan is onmiskenbaar, omdat het de enige manier is om ook zijn aanpak zowel strategisch als operationeel te verbeteren. Bijna tachtig procent van hen gebruiken de metingen om hun interne processen te optimaliseren.

Er is een goede planning nodig

Investeren in duurzaamheid vraagt om een algemene termijnplanning. Door duurzaamheid in te schrijven in de strategie op lange termijn zullen bedrijven niet alleen kosten verlagen, maar ook beter en efficiënter presteren. Andersom is ook het maken van een langetermijnplan een vorm van duurzaam ondernemen.

In lijn met de andere resultaten van het onderzoek heeft 35% van de respondenten geen bedrijfsplan op de lange termijn. Dat cijfer geldt voor alle categorieën, behalve de bedrijven met meer dan 1.000 medewerkers – die hebben allemaal een langetermijnstrategie.

CONCLUSIES

Dit onderzoek duwt ons met de neus op de feiten: duurzaamheid is op dit ogenblik geen topprioriteit voor de meeste bedrijven in België.

Bedrijven, groot en klein, leveren evenwel al voorzichtige inspanningen in de goede richting. Die kunnen we onder meer toeschrijven aan het milieubewustzijn van de Belgische bedrijfsleider: minder papier, een CO₂-vriendelijke vloot, groene stroom. Maar de grootste aanleiding om duurzamer te ondernemen is wellicht de kostenbesparing die het kan opleveren. Dat verklaart ook de talrijke maatregelen om te bezuinigen op energieverbruik.

Maar ook daar gaan we de duurdere investeringen uit de weg. De crisis was voor zeventig procent van de bedrijven overigens geen stoplap om die duurdere investeringen niet door te voeren, leerde het onderzoek. Het staat gewoon niet op de planning. De bedrijven investeren vandaag dus eerder in kleinere maatregelen die onmiddellijke besparingen opleveren zoals energiezuinige verlichting. Er is nog te weinig een holistische langetermijnplanning voor duurzame maatregelen.

In de lijn der verwachtingen, leert het onderzoek ons dat de grote bedrijven met meer dan 1000 medewerkers al meer aansturen op een volwaardig, duurzaam bedrijfsbeleid. Maar tot onze verrassing wordt de resultaten van de maatregelen niet getoetst aan de doelstellingen en prestatie-indicatoren van het beleid. We horen vandaag veel over CO₂-emissies en Belgische bedrijven leveren ook belangrijke inspanningen om onze voetafdruk terug te schroeven, maar de emissies worden nog niet echt gemeten. En dan kunnen we het beleid niet verbeteren.

Want meten is weten. Door emissies goed in kaart te brengen en er duidelijk over te rapporteren, kunnen we makkelijker nagaan of we aan de restricties voldoen maar ook ze beter vooraf inplannen. Zo krijgen we meer vat op de emissiehandel, verlagen we het risico op boetes en werken we algemeen naar een meer milieuvriendelijke productie. Dat juichen alle burgers in ons land toe.

Er is nog lobbywerk voor de boeg, zo veel is duidelijk. Positief is alvast dat bedrijven duurzame maatregelen inschakelen om kosten te verlagen. Dat is een van de vereiste hulpmiddelen om de winstgevendheid van het bedrijf te verhogen. Maar duurzaamheid versterkt exponentieel die goede marktpositie. We verwijzen naar de tabel op pagina [x] met veel meer interessante maatregelen in de drie groene, economische en sociale dimensies om het profijt te maximaliseren: meer marktaandeel, meer winst, meer flexibiliteit, meer transparantie, een positief imago, een betere cashflow, enzovoort. Een duurzaam beleid op alle vlakken zal bedrijven helpen om weer voorsprong te nemen op hun concurrenten.

[KADER]

SAP SUSTAINABILITY REPORT

Alle duurzame maatregelen die we nemen publiceren we jaarlijks in ons duurzaamheidsrapport. Op www.sapsustainabilityreport.com krijgt de bezoeker een goed zicht op onze algemene doelstellingen en prestaties in de drie dimensies van duurzaamheid, maar hij of zij vindt er ook een overzicht van al de producten en diensten die onze klanten in staat stellen om meer duurzaam te ondernemen. SAP is de best genoteerde

softwareproducent in de Dow Jones Sustainability Index en behoort al jaren tot de Global 100-lijst van de honderd meest duurzame bedrijven ter wereld.