

# Kansen Monitor

**Hier komt de naam  
van uw bedrijf**

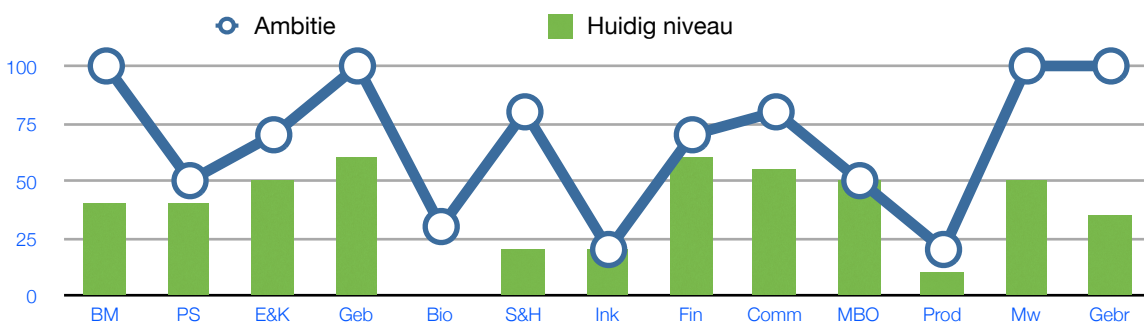
**en hier de foto of logo  
van uw bedrijf**

## Over de Kansen Monitor

Mijn stelling is dat alleen criminele organisaties niet aan duurzaamheid doen. Mijn stelling is dat ieder normaal bedrijf al duurzaam onderneemt. Nee, meestal nog niet in de volle breedte en over de hele linie. Maar wel op onderdelen. Wel met losse maatregelen en initiatieven. En bijna altijd ook met visie en beleid.

Maar het kan beter, veel beter. Hoe? Precies dat laat de Kansen Monitor u zien.

Het begint met anders kijken naar uw eigen bedrijf en organisatie. Kijken met andere ogen naar misschien ook andere zaken. Met behulp van de Kansen Monitor ziet u in een oogopslag waar duurzaam ondernemen in uw bedrijf over gaat en wat uw bedrijf (ongemerkt) al aan duurzaam ondernemen doet.



Elk bedrijf is anders. Bedrijfsprocessen verschillen. Waar in het ene bedrijf energie het belangrijkste aandachtsgebied is om duurzaam ondernemen te implementeren, zal dat in een ander bedrijf de aandacht voor de natuur of de mens zijn. De Kansen Monitor kijkt naar alles. Over de hele breedte en in de hele keten. En de Kansen Monitor luistert naar uw ambitie. Waar wordt u warm van? Waar gaat uw hart naar uit?

Ik daag u uit om als ondernemer eens met andere ogen naar uw organisatie te kijken. Laat u verrassen door de nieuwe inzichten en aanknopingspunten voor actie die de Kansen Monitor u biedt.

Betty de Keizer  
De Keizer Kennismakelaar

*Op de volgende pagina's lichten we een tipje van de sluier hoe een rapportage van de Kansen Monitor eruit ziet.*

# Hoofdstuk 1

## Algemene kenmerken

Elke Kansen Monitor start met een beschrijving van uw bedrijf. Wat zijn de belangrijkste, relevante kenmerken van het bedrijf? Deze informatie vormt het vertrekpunt voor de inventarisatie. Onderwerpen die ter sprake komen zijn de 'core-business' van het bedrijf, de bedrijfsvoering, ligging en directe omgeving van (vestigingen van) het bedrijf, leveranciers, energie en water, voorzieningen niveau voor bezoekers en gebruikers et cetera.

## Ambitie

Alles begint met ambitie. Wat zijn de ambities van de ondernemer zoals die in gesprekken zijn uitgesproken, gehoord of gezien?

## Het bedrijf in beeld gebracht

Beelden ondersteunen de waarneming. In de Kansen Monitor zit daarom ook altijd een bladzijde met beeldmateriaal. Wat ziet de bezoeker, de werknemer, de buurt waar het bedrijf is gehuisvest?

# Hoofdstuk 2

## Langs de meetlat

In dit hoofdstuk wordt duurzaam ondernemen vanuit verschillende invalshoeken bekeken. Welke business modellen worden gebruikt om inkomsten te genereren? Wat zijn voor dit bedrijf de meest relevante duurzaamheidsthema's? Voor alle thema's wordt in diagrammen de behaalde score weergegeven. Blauw is het gewenste ambitieniveau van het bedrijf; groen de huidige situatie.

Duurzaam ondernemen begint met ambitie. Een ambitiescore van 100 betekent dat de instelling zich ten volle bewust is van het belang van het onderwerp en daar volledig voor wil gaan. De organisatie wil bij wijze van spreken het cijfer 10 scoren. Een score van 75 betekent dat men zich op dit terrein positief wil onderscheiden van haar concurrenten, maar minder ambities heeft. Bij een score van 50 is er sprake van beginnende aandacht. Men ruikt en proeft aan het onderwerp en wil er ook wat mee maar weet nog niet goed wat. Een lagere score dan 50 geeft aan dat het onderwerp nog niet of nauwelijks op warme belangstelling kan rekenen in de organisatie.

Een optimale performance geeft een score van 100. De optimale performance is gebaseerd op de kennis en de technische mogelijkheden van nu, in combinatie met de organisatorische mogelijkheden en lokale omstandigheden van het bedrijf. Een score van 75 betekent dat de instelling voor dat aandachtsgebied een proactieve houding laat zien en zich hierin positief onderscheidt ten opzichte van haar 'concullega's', maar dat er nog zeker verbeteringen mogelijk zijn. Bij een score van 50 is er wel sprake van een actieve houding, maar vooral vanuit economisch perspectief, zonder oog voor de andere twee P's van People en Planet. Het gaat om losse maatregelen die niet met elkaar in verband gebracht worden. Een score van 25 of lager betekent een reactieve houding: er gebeurt weinig tot niets en wat er gedaan wordt doet men omdat het moet, bijvoorbeeld vanwege wet- en regelgeving.

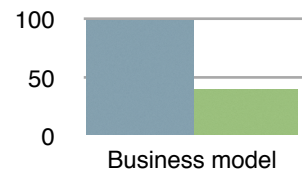
## Een paar voorbeelden

### Business model

Een businessmodel beschrijft de waarden die een organisatie biedt aan verschillende klanten. Ook verduidelijkt een business model de benodigde activiteiten en partners bij het vervaardigen, het marketen en het aanbieden van deze waarden. In de Kansen Monitor kijken we naar vier onderwerpen: verdienmodel, partnerships, waardenuitwisseling en doelgroepen. Van elk van deze vier thema's wordt bepaald wat de optimale situatie is, de ambitie en de situatie nu. Dat wordt beschreven en vervolgens in een grafiekje gezet.

Bijvoorbeeld het onderwerp - **verdienmodel**-

Hoe komt het bedrijf aan inkomsten? Welke meerwaarde levert het bedrijf en aan wie komt die meerwaarde ten goede? Hoe past het business model van het bedrijf in de huidige en toekomstige maatschappij? Bij elke grafiek komt een korte beschrijving van bevindingen. De scores worden verwerkt in de grafiek.



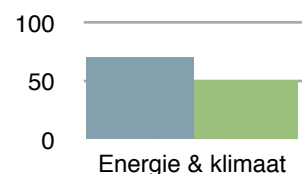
### Duurzaamheidsthema's

In dit hoofdstuk kijken we naar zaken als energie & klimaat, transport, gebouw & beheer, biodiversiteit, duurzaam inkopen, financieel beheer, HRM, sociale diversiteit en communicatie & imago. Sommige thema's lijken op het eerste oog misschien ver van het bed, maar bij nadere beschouwing zal blijken dat ze wel degelijk relevant zijn en meer raakvlakken hebben met uw bedrijf(sprocessen) dan je op het eerste gezicht zou denken. Duurzaam ondernemen gaat immers over verder kijken dan je neus lang is en over het leggen van verbindingen met je omgeving, hier en nu, daar en later.

We laten hier twee voorbeeldgrafieken zien.

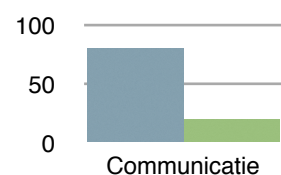
#### Energie en Klimaat -

Maakt het bedrijf gebruik van groene stroom of grijze stroom? Wat is het duurzaamheidsbeleid van de leverancier van elektriciteit, gas en water? Hoeveel energie gebruikt het bedrijf? Hoe ontwikkelt het gebruik zich in de loop der jaren? Weet het bedrijf hoeveel CO2-uitstoot de bedrijfsvoering of (fabricage van) zijn producten veroorzaken? Zijn er energiebesparingsmaatregelen doorgevoerd? Hoe is het gesteld met het energiebewustzijn en gedrag van medewerkers?



#### Communicatie & imago -

Er is een verschil tussen publiciteit en communiceren. Publiceren is zenden. Communiceren betekent tweerichtingverkeer. Hoe communiceert uw bedrijf (pamfletten en brochures, website en andere social media)? Met wie communiceert u? Waarover? Kloppen inhoud en middel? Een brochure op milieuvriendelijk papier over hoe milieuvriendelijk u wel niet bent is niet echt geloofwaardig. Net zomin is het geloofwaardig om te zeggen dat energiebesparing hoog op de agenda staat terwijl wel de hele dag een flatscreen in de ontvangsthal aanstaat.

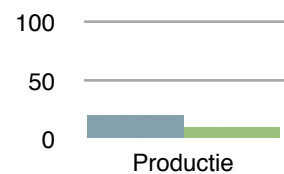


## Product

In deze paragraaf kijken we naar het product dat u levert, de meerwaarde die het product levert aan de klant. We nemen productie als voorbeeld:

### Productie -

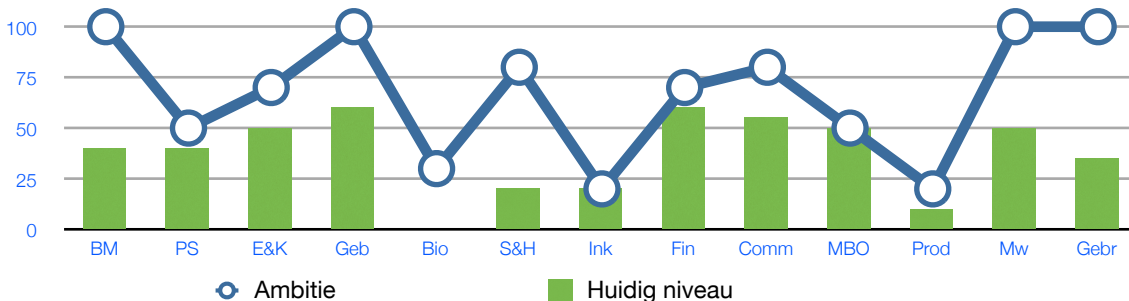
Van welke materialen is het product gemaakt? Hoe worden de grondstoffen gewonnen (milieu- en arbeidsomstandigheden ter plekke). Wat gebeurt er met het product in de eindfase (terugname)? Hoe wordt het verpakt (plastic)? In hoeverre wordt in het ontwerp rekening gehouden met recyclingmogelijkheden?



## Hoofdstuk 3

### Totaalbeeld

Als alle onderdelen in kaart gebracht zijn, worden de scores naast elkaar gezet in een totaalgrafiek. In een oogopslag wordt dan zichtbaar waar u belang aan hecht (ambitie, blauwe lijn) en hoe u op die terreinen scoort. Het overzicht laat zien waar directe kansen liggen en waar een stapje harder gelopen moet worden.



### Aanbevelingen en suggesties

Natuurlijk krijgt u in de Kansen Monitor ook enkele aanbevelingen waar u direct mee aan de slag kan, en suggesties voor acties en maatregelen die verder gaan dan business as usual.