



Pieter Patje

Duurzaamheid in de Kappersbranche



De transitie naar duurzaamheid
een handleiding voor de Kappersbranche

Hoofdstuk 4

Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) implementeren in de Kappersbranche.

WAAROM MVO?

Bedrijven hebben verschillende redenen om zich met MVO bezig te houden. In de praktijk spelen altijd meerdere motieven een rol. We onderscheiden drie hoofdmotieven:

MVO OMDAT HET LOONT

MVO draagt bij aan de financiële prestaties van bedrijven, zeker gerekend over de langere termijn. De markt werkt mee: de vraag naar duurzame kappersproducten en diensten stijgt. Een besparing in het energieverbruik of het gebruik van grondstoffen kan lucratief zijn. Betrokken kapsalons hebben beter gemotiveerde medewerkers, wat de arbeids- productiviteit verhoogt.

MVO OMDAT HET HOORT

Niet alleen financiële overwegingen of druk van buitenaf spelen een rol bij MVO. Veel bedrijven doen het omdat zij fatsoenlijk zaken willen doen. Ze willen een steentje bijdragen aan de maatschappij, gaan op een prettige manier om met hun personeel en willen het milieu niet te veel belasten. Ze doen aan MVO, omdat ze vinden dat het hoort.

Bij sommige ondernemingen, zoals Triodos Bank en Ecostyle, liggen ethische motieven zelfs aan de basis van het bedrijf. Zij willen op bedrijfsmatige wijze maatschappelijke problemen oplossen. Dit soort ondernemingen worden sociale ondernemingen of maatschappelijke ondernemingen genoemd.

Medewerkers moeten zich achter de missie en visie scharen.

Om duurzaam te gaan ondernemen dient er één aanspreekpunt voor het duurzaamheidsbeleid te zijn, in beginsel kan dit het beste door de

kapper/ondernemer zelf ingevuld worden, geef als leidinggevende het goede voorbeeld inspireer de medewerkers om ze betrokken te houden bij MVO.

Draagvlak komt overal terug in de MVO stappen. Pas als er draagvlak is bij de juiste mensen voor je MVO-doelen, heeft je MVO-beleid kans van slagen in de praktijk.

Stimuleer de medewerkers met MVO aan de slag te gaan. Laat hen het belang ervan inzien, nodig hen uit tot meedenken en probeer zoveel mogelijk vragen over MVO te beantwoorden. Zo raakt men meer betrokken bij het thema en is de kans groter dat de MVO-doelen gehaald worden. En is er een grotere kans op creatieve en innovatieve MVO-ideeën.

Zorg dat er naast enthousiasme ook voldoende kennis, vaardigheid en begrip van MVO is, in alle lagen van de organisatie. Organiseer workshops of trainingen voor uw medewerkers over MVO (plantaardig/biologisch kleuren, SDG). Ook is het belangrijk om de organisatie te voorzien van de juiste hulpmiddelen en randvoorwaarden om het MVO-beleid uit te voeren, denk bijvoorbeeld aan sociale media.

En we weten allemaal dat gedragsverandering niet eenvoudig is. Werknemers moeten er dan ook van overtuigd zijn dat het zin heeft. Ze moeten ook begrijpen hoe ze actief kunnen bijdragen aan de realisatie van de visie. De betrokkenheid, interesse en aandacht van werknemers zijn cruciaal.

Werk waar mogelijk samen met andere partijen: met branchegenoten, maatschappelijke organisaties, partijen in de keten. Door kennis te bundelen of de handen ineen te slaan kun je vaak meer bereiken en heb je grotere slagkracht. Zoek een netwerk dat bij je past binnen een netwerk kom je sneller in contact met gelijkgestemden.

Een beleidsverklaring is een goede manier om te laten zien wat je MVO-plannen zijn (een stevig reclame verhaal!)

Blijf regelmatig in contact met je stakeholders om hen op de hoogte te houden van je MVO-activiteiten. Naar aanleiding van de feedback die je van stakeholders ontvangt, kun je eventueel de activiteiten nog tijdig bijsturen.

MVO principes:

- **Rekenschap afleggen:** Het afleggen van rekenschap betekent dat een bedrijf verantwoordelijkheid neemt voor de impact die het heeft op de maatschappij, de economie en het milieu. Dat een bedrijf op deze verantwoordelijkheid mag worden aangesproken en naar aanleiding daarvan verbeteringen doorvoert.
- Verantwoording afleggen over de maatregelen die u heeft genomen om herhaling van die eventuele negatieve effecten te voorkomen.

Transparantie:

- Alle bedrijfsbeslissingen en –activiteiten hebben gevolgen voor de omgeving (de maatschappij en het milieu) van de kapsalon. Een kapsalon moet daarom laten zien wat haar beleid, besluiten en activiteiten zijn en welke invloed die hebben op de maatschappij en het milieu.
- Geef openheid over: het doel, de aard en de plaats van uw activiteiten, wie welke functie binnen uw bedrijf heeft en welke verantwoordelijkheden en bevoegdheden bij die functies horen.
- Koppel regelmatig terug naar o.a. stakeholders, hoe de MVO stappen verlopen, kan een prima reclame materiaal worden.

Ethisch gedrag:

- Ethisch gedrag gaat over oprecht, rechtvaardig en integer gedrag van een organisatie. Deze waarden vertalen zich in zorg voor mensen, dieren en milieu. Ook gaat het over de aandacht voor de effecten van haar gedrag op haar stakeholders.
- Maak uw kernwaarden en principes bekend.
- Formuleer (gedrag)normen voor ethisch gedrag, zodat iedereen weet wat er van hem/ haar verwacht wordt. Voor verschillende functies (bijvoorbeeld jezelf, medewerkers, leveranciers, werkgever/nemersorganisaties, bankier, verzekeraar) kunnen andere gedragsnormen gelden.
- Moedig het naleven van deze normen aan.
- Heb respect voor dierenwelzijn.

Respect voor de rechtsorde:

- Het respecteren van de rechtsorde betekent dat een bedrijf de wet- en regelgeving moet naleven, ook als het naleven van deze wetten en regels niet of beperkt wordt gehandhaafd door de overheid. Het naleven van wet- en regelgeving geldt voor alle rechtsgebieden (jurisdicties) waarin een bedrijf actief is.
- Beoordeel regelmatig of je kapsalon nog voldoet aan wet- en regelgeving.
- Informeer de medewerkers regelmatig over recente en relevante wet- en regelgeving, en hoe zij zich hieraan kunnen houden.

Respect voor internationale gedragsnormen:

- Niet in alle gevallen garandeert wetgeving dat het milieu of de maatschappij voldoende wordt beschermd. Een bedrijf moet daarom zoveel mogelijk de internationale gedragsnormen (zoals de OESO-richtlijnen) respecteren.
- Voorkom dat je mede schuldig bent aan het schenden van internationale gedragsnormen door andere organisaties (bijvoorbeeld uw leveranciers).
- Leef zo veel mogelijk de internationale gedragsnormen in situaties na, waarin door de wet minder of geen eisen worden gesteld aan bescherming van milieu en maatschappij.

Respect voor de mensenrechten:

- Dit principe houdt in dat een bedrijf de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens erkent, respecteert en waar mogelijk bevordert. Deze rechten gelden voor ieder mens op de wereld.
- Onderneem actie in situaties waarin mensenrechten worden geschonden.
- Probeer geen slaatje te slaan uit situaties waarin mensenrechten onvoldoende zijn beschermd.
- Houd u altijd minimaal aan de internationale gedragsnormen op het gebied van mensenrechten.

Respect voor stakeholdersbelangen:

- Stakeholders zijn organisaties of personen die worden beïnvloed door de activiteiten en besluiten van een bedrijf. Daarom hebben zij belang bij de activiteiten en besluiten van een bedrijf. Het is belangrijk dat bedrijven deze belangen meewegen bij het maken van beslissingen.
- Zorg ervoor dat je weet wie je stakeholders zijn en ervoor dat stakeholders met je in contact kunnen treden om invloed uit te oefenen.
- Erken je stakeholders en reageer op hun bezorgdheid.
- Onderken dat stakeholders de activiteiten van je organisatie kunnen beïnvloeden.
- Weeg de belangen van je stakeholders in het licht van bredere maatschappelijke verwachtingen.

Wat zijn stakeholders?

- Stakeholders zijn organisaties, personen of belanghebbenden waarmee je rekening dient te houden wanneer je een onderneming wilt runnen.

Wie zijn je stakeholders:

- Je medewerkers, consumenten, leveranciers, je bankier, je verzekeraar, ANKO, FNV, gemeente, buurt winkeliers, winkeliersvereniging, Facebook, Twitter, Instagram - vrienden en websitebezoekers.

Wat kunnen de stakeholders belangrijk vinden?

- **Medewerkers:** Gezondheid, cao, Arbo..
- **Consumenten:** Vakmanschap en goede gastvrouw/heer, betaalbaar, geen lange wachttijden, goede (duurzame) producten, goed advies...
- **Leveranciers:** Facturen op tijd betalen, goede parkeer mogelijkheden om te bezorgen...
- **Bank:** Regelmatig even terugkoppelen hoe de zaken lopen, op tijd aan de bel trekken bij financiële problemen...

- **Omgevingsfactoren (o.a. burens, medewinkeliërs, scholen, buurthuizen):** Zo min mogelijk overlast veroorzaken, af en toe even checken over buurschap...

Stel je zelf de volgende vragen.

Missie

- Waar staan wij voor?- Welke maatschappelijke thema's zijn voor ons belangrijk?- Waar willen wij aan bijdragen?- Voor wie bestaan we?- Welke maatschappelijke meerwaarde hebben wij?

Visie

- Wat willen we bereiken op de genoemde maatschappelijke thema's?- Wat is ons toekomstbeeld?- Wat zijn onze lange-termijn-ambities- Waar geloven we in?

Bestuurlijk:

- Hoe ga je de kassalon gaan leiden, horizontaal leiding geven, betrek medewerkers in het MVO beleid, formuleer duidelijk strategie, doel en taakstelling MVO.
- Maak mensen en middelen vrij om MVO te in te passen.
- Regelmatig terugkoppelen hoe het proces verloopt.

Arbeidspraktijk:

- Hou je strikt aan CAO en Arbo regels.
- Erken vakbonden en andere werknemer behartigers.
- Onderhoud vakkennis van je medewerkers, oefenavond, scholingen etc.
- Bescherming privacy en persoonsgegevens van medewerkers.
- Werk alleen met wettige erkende medewerkers.
- Discrimineer niet bij sollicitatie of bij ontslag.
- Geef alle medewerkers dezelfde kansen.

Nog meer info: <https://www.kvk.nl/advies-en-informatie/innovatie/duurzaam-ondernemen/>

Bronnen:

<https://mvonederland.nl/wat-mvo/waarom-mvo>

<https://www.servicefutures.com/nl/de-beste-manier-om-mvo-te-implementeren>

[https://theses.uhn.ru.nl/bitstream/handle/123456789/939/Smeets%2C Sanne 1.pdf?sequence=1](https://theses.uhn.ru.nl/bitstream/handle/123456789/939/Smeets%2C%20Sanne%201.pdf?sequence=1)

<file:///C:/Users/Peter/Downloads/MVO%20Nederland%20-%20Dossier%20MVO%20loont.pdf>

<https://mvonederland.nl/sites/default/files/media/MVO%20Trendrapport%202017.pdf>

<https://mvonederland.nl/mvo-steps#tab=1>



*duurzaamheid
in de kappersbranche*