



Handboek Duurzaam Ondernemen

voor autobedrijven

Tegenwoordig struikel je over begrippen als duurzaamheid, duurzame innovatie, duurzaam ondernemen, betrokken ondernemen en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Vaak worden deze begrippen te pas en te onpas gebruikt. Maar wat is duurzaam ondernemen nu eigenlijk? In dit handboek leest u wat duurzaam ondernemen is, wat het oplevert en wat u ermee kan binnen uw bedrijf.

Voor wie is dit handboek?

Dit handboek is voor directeur-eigenaren en managers van autobedrijven met hart voor hun zaak en de wereld eromheen.

Waarvoor kunt u dit handboek gebruiken?

Dit handboek is geen voorschrift van wat u moet doen en hoe u het moet doen. Onder de tabs vindt u achtergrondinformatie en praktische tips. Hier doet u ideeën op om met duurzaam ondernemen aan de slag te gaan. Ook krijgt u tips aangereikt hoe u het beste kunt communiceren over de duurzame activiteiten van uw bedrijf.

U bepaalt hoe u zich wilt profileren met oog op de drie P's van duurzaam ondernemen: People, Planet en Profit.

Duurzaamheid gaat dus niet alleen over het milieu, maar kan ook betrekking hebben op mensen. Welke waarden en normen wilt u naleven in uw bedrijf? Wat doet u al goed? Wat kan nóg beter? Hoe bouwt u een duurzaam imago op? Hoe communiceert u waar uw bedrijf voor staat? Dit handboek helpt u bij wat u leuk vindt om te doen: iets betekenen voor uw bedrijf, de medewerkers en de wereld eromheen. Zo werken wij graag samen met u aan uw duurzame onderneming.

Onderwerpen die in het handboek aan de orde komen, zijn:

- * Duurzaam ondernemen
- * Stappenplan Duurzaam Ondernemen
 1. Bedrijfsvoering
 2. Communicatie
 3. Financiën
 4. Inkoop
 5. Personeel
 6. Verkoop

Duurzaam Ondernemen

Onder het tabblad vindt u antwoord op de vragen: Wat is duurzaam ondernemen? Hoe ziet duurzaam ondernemen in een autobedrijf eruit? Waarom loont duurzaam ondernemen? Waarom is duurzaam ondernemen noodzakelijk?

Stappenplan Duurzaam Ondernemen

Het Stappenplan Duurzaam Ondernemen helpt u bij het stellen van een diagnose: "Waar staat mijn bedrijf op het gebied van duurzaam ondernemen?" Met behulp van het Stappenplan Duurzaam Ondernemen kunt u een koers uitzetten voor uw bedrijf.

Onder de overige tabs doet u ideeën op om met duurzaam ondernemen aan de slag te gaan

Wie zijn wij?

Dit handboek wordt u aangeboden door het Instituut voor Duurzame Mobiliteit (IvDM).

Wij willen de mobiliteitsbranche informeren over duurzame mobiliteit en samen met u werken aan uw duurzame onderneming.

IvDM is het kenniscentrum voor duurzame mobiliteit van BOVAG en RAI Vereniging.

www.ivdm.nl



Het team van IvDM vlnr: Michel van Lindert, Tjeerd Willem Hobma, Paul Hoffschult, Léon Speek

Waarom bestaat uw bedrijf?

Een bedrijf is er om winst te maken. Dat is logisch. Als er geen winst gemaakt wordt, is een bedrijf namelijk geen lang leven beschoren. Maar is uw bedrijf er alléén om winst te maken? Wij vinden van niet. Ook de meeste directeur-eigenaren en managers zijn van mening dat hun bedrijf meer doelen heeft dan alleen winst maken. Winst is een middel om andere doelen te bereiken. Wat kunnen die andere doelen zijn?

* **Mijn bedrijf is er voor de medewerkers**

Bij veel autobedrijven staan de medewerkers centraal. Het bedrijf biedt werkgelegenheid en een nuttige tijdbesteding. De medewerkers vormen een hechte groep die zich iedere dag inzet voor één doel: een goedlopend bedrijf. Als medewerkers het naar hun zin hebben, draait het bedrijf beter. Dit levert rust en rendement op.

* **Mijn bedrijf draagt bij aan een beter milieu**

Steeds meer autobedrijven vinden het belangrijk dat hun bedrijf bijdraagt aan een schonere wereld. Zij letten op energie, afval en water. Dit doen zij niet alleen omdat zij de wereld goed achter willen laten voor volgende generaties, maar ook omdat het direct wat oplevert. Milieubesparing hangt namelijk vaak samen met kostenbesparing. Daarnaast kijken klanten, banken en de overheid steeds kritischer naar hoe bedrijven omgaan met de wereld om hen heen.

* **Mijn bedrijf is er om te helpen**

Autobedrijven zijn meestal nauw betrokken bij hun omgeving. Zij werken samen met andere bedrijven in de regio en hun klantenkring zit in de buurt. Bedrijven delen graag hun succes met andere mensen in de omgeving. Zij organiseren activiteiten in de wijk, laten medewerkers als vrijwilliger helpen bij acties voor goede doelen, geven rondleidingen aan leerlingen, stellen auto's beschikbaar en sponsoren sportevenementen. Sommige bedrijven kijken verder dan de eigen regio en helpen mensen in ontwikkelingslanden. Bedrijven maken zo verschil in de wereld om hen heen.

Wat is duurzaam ondernemen?

Bij duurzaam ondernemen houdt het bedrijf in zijn bedrijfsvoering rekening met mensen en het milieu. Duurzaam ondernemen wordt ook wel duurzame innovatie, betrokken ondernemen of maatschappelijk verantwoord ondernemen genoemd. Duurzaam ondernemen begint bij het dagelijkse werk in uw bedrijf, van inkoop tot personeelsbeleid.

Duurzaam ondernemen is zoeken naar een evenwicht tussen winst, een beter milieu, tevreden en gezonde medewerkers en het leveren van een positieve bijdrage aan de maatschappij.

Dit is nooit echt klaar, er komen steeds weer nieuwe mogelijkheden en uitdagingen om de duurzame activiteiten in uw bedrijf opnieuw richting te geven.

Gaat uw bedrijf voor mens, milieu of winst?

Natuurlijk hoeft u niet te kiezen. Een bedrijf kan zowel gaan voor mens, milieu als winst. U bepaalt of u ergens voorkeur aan geeft. Sommige directeur-eigenaren en managers hebben geen groene vingers, maar wel hart voor mensen. Anderen dromen van een groene onderneming. En er zijn bedrijven die niet het duurzaamste jongetje van de klas hoeven te zijn. Zij maken een strategische keuze en willen daarom dat hun bedrijf voldoet aan actuele wetgeving, trends en richtlijnen op het gebied van mens en milieu. Ook dit past binnen duurzaam ondernemen.

Wat uw motivatie ook is - mens, milieu of winst - duurzaam ondernemen past bij iedere ondernemer.

Wat is de succesformule voor úw bedrijf?

Wat belangrijk is voor duurzaam ondernemen is dat 'de-manier-waarop' bij uw bedrijf past. Duurzaam ondernemen moet passen bij u, uw medewerkers, uw omgeving en uw stakeholders. Er is daarom niet één succesformule die werkt voor alle bedrijven. U bepaalt samen met uw medewerkers en uw omgeving wat de succesformule voor úw bedrijf is.

Uw duurzame onderneming is authentiek. Daarom staat u sterk.



Autobedrijven hebben vaak weinig invloed op het product dat zij verkopen en de infrastructuur. Zij kunnen echter veel aan duurzaamheid doen door duurzaam gedrag te stimuleren, maatschappelijke betrokkenheid te tonen en te investeren in duurzame bedrijfsvoering. Duurzame innovatie in het autobedrijf kan zich op een combinatie van onderstaande zaken richten:

1. Duurzame producten en diensten

Bijvoorbeeld: zuinige en stille banden, schone en zuinige voertuigen en mobiliteitsmix

2. Duurzaam gedrag

Bijvoorbeeld: het Nieuwe Rijden en band op spanning

3. Duurzame bedrijfsvoering

Bijvoorbeeld: energiebesparing, afvalverwerking, opleiding, beoordeling en inspraak

4. Maatschappelijke betrokkenheid

Bijvoorbeeld: leerbedrijf zijn en het inzetten of ondersteunen van kansarme groepen

5. Duurzame infrastructuur

Bijvoorbeeld: alternatieve brandstoffen aanbieden en accu's opladen

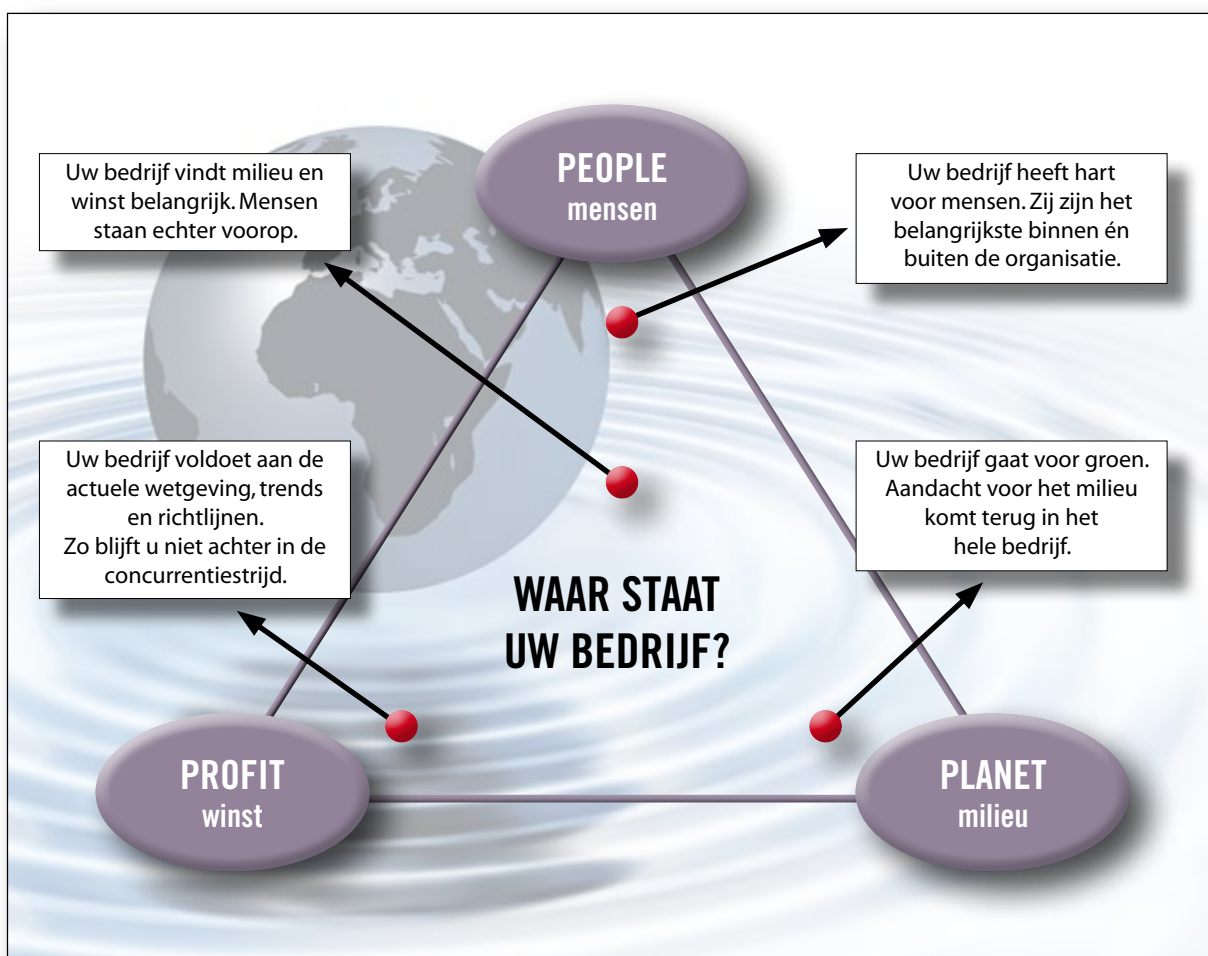
Duurzaam ondernemen: waar staat uw bedrijf?

Uw bedrijf past ergens in de driehoek die u hieronder ziet. Alle plaatsen binnen de driehoek passen bij duurzaam ondernemen. Duurzame ondernemingen hebben altijd aandacht voor mens, milieu en winst. Wat zij het belangrijkste vinden kan echter verschillen. Voor sommige bedrijven is winst het belangrijkste.

Voor andere bedrijven staan mensen of het milieu op de eerste plaats. Dat is allemaal goed. Belangrijk is dat alle 3 de P's voldoende aan bod komen.

Steeds meer consumenten leven en consumeren bewust. Een bedrijf dat hier niet in meegaat wordt onzichtbaar.

Waar staat uw bedrijf in de driehoek?





“Als je maatschappelijk verantwoord ondernemen
niet serieus neemt, besta je over tien jaar niet meer.”

Bart-Jan Krouwel, Rabobank Nederland

De drie P's van duurzaam ondernemen

Iedereen wordt beter van duurzaam ondernemen: het bedrijf, de medewerkers, de klanten en het milieu.

Bij duurzaam ondernemen is aandacht voor drie zaken:



People

Is het goed voor de mens?
De gevolgen van ondernemen voor mensen.

Bijvoorbeeld: gezonde arbeidsomstandigheden, flexibele werktijden en persoonlijke ontwikkeling van medewerkers.



Planet

Is het goed voor de wereld?
De effecten van ondernemen op het milieu op aarde.

Bijvoorbeeld: energiebesparing, bodemverontreiniging voorkomen en het duurzaam verwerken van afval.



Profit

Kun je er winst mee maken?
Het maken van winst is een voorwaarde voor het voortbestaan van de onderneming op de lange termijn.

Bijvoorbeeld: kapitaal, kennis, grond- en hulpstoffen en ruimtelijke vestigingsvoorwaarden

38% van de Nederlanders beschouwt zichzelf als Bewust Duurzame Consument. (Duurzaamheidsmonitor, 2008)

Als ik me houd aan de wet, dan doe ik toch wat ik moet doen?

Ja, dat klopt. Er bestaat wetgeving voor milieu en de werkomstandigheden van medewerkers. Duurzaam ondernemen gaat verder dan deze wettelijke ver-

plichtingen. Het levert voordeel op er als bedrijf mee aan de slag te gaan. De maatschappij verandert snel. Steeds meer klanten verwachten dat hun autobedrijf zijn maatschappelijke verantwoordelijkheid neemt. Buurbewoners kunnen met vragen of klachten komen. (Stage)leerlingen en medewerkers – vooral de jongere – willen weten welke effecten het bedrijf op het milieu heeft. Duurzaamheid is steeds vaker een criterium voor kredietverstrekking. Bedrijven worden dus afgerekend op hun handelen.

Duurzaam ondernemen loont

Duurzaamheid is geen liefdadigheid

Duurzaam ondernemen komt terug in het hele bedrijf. Van inkoop tot marketing en van personeelsbeleid tot verkoop. Duurzaam ondernemen moet het bedrijf zelf ook wat opleveren. Als dat niet gebeurt, sterven alle initiatieven een stille dood. In een economische crisis is liefdadigheid namelijk de eerste post waarop bezuinigd wordt. Duurzaam ondernemen niet, want dat maakt deel uit van de bedrijfsvoering en het levert winst op.

80% van de MKB-bedrijven ziet maatschappelijk verantwoord ondernemen als voorwaarde voor succesvol ondernemen.

(MWO Nederland)

Potentiële verbeteringen bij duurzaam ondernemen	
Lagere wervingskosten	-1%
Verhoogde productiviteit	+10%
Lagere productiekosten	-5%
Verhoogde opbrengsten	+5%
Lagere verzekeringskosten	-5%
Verhoogde winst	+38%

Bron: Bob Willard

Duurzaam ondernemen loont

Duurzaam ondernemen leidt tot betere financiële prestaties. Betere zorg voor milieu, goede omgang met medewerkers en aandacht voor de omgeving loont. Het levert voordelen op voor de samenleving, het milieu, uw medewerkers en natuurlijk voor uw bedrijf.

Duurzame innovatie is geen plicht, maar een kans!

Voordelen voor het bedrijf:

- * **Kostenbesparingen** door besparing in energie, afvalverwerking, transport en papier.
- * **Trotse medewerkers** vertellen graag dat ze bij een bedrijf werken dat bijdraagt aan de maatschappij en het milieu. Het ziekteverzuim daalt en de productiviteit stijgt.
- * **Een voorsprong op de arbeidsmarkt** zorgt dat u gemotiveerde en gekwalificeerde medewerkers aan uw bedrijf bindt.
- * **Een positief imago** zorgt ervoor dat u zich onderscheidt van concurrenten.
- * **Klantenbinding:** klanten waarderen een bedrijf dat bewust omgaat met mens en milieu.
- * **Betere relaties** met leveranciers, banken en overheden doordat u voldoet aan hun verwachtingen en de voorwaarden die zij stellen op het gebied van duurzaamheid (bijv. bij kredietverstrekking of inkoop van zakelijke auto's)
- * **Voortbestaan** van het bedrijf op langere termijn.
- * **Een kleiner ondernemersrisico** omdat u beter op de hoogte bent van verwachtingen van uw stakeholders en u de kans op imagoschade verkleint.

Hart hebben voor de zaak en iets willen betekenen is de kern van duurzaam ondernemen. Duurzaam ondernemen mag u doen. Uiteraard op uw eigen manier.

Voordelen voor de medewerkers:

Medewerkers vinden het prettig om te werken bij een bedrijf dat verder kijkt dan winst alleen. Medewerkers vertellen anderen graag over dingen waar ze trots op zijn. Bijvoorbeeld over hun bedrijf, dat bijdraagt aan de opleiding van moeilijke leerlingen en vooroploopt met energiebesparing. Verder levert het ze de volgende zaken op:

- * Goede arbeidsomstandigheden (gezondheid en veiligheid)
- * Gelijke behandeling
- * Een positieve sfeer
- * Opleiding en ontwikkeling
- * Gemotiveerd en betrokken werken
- * Het gevoel zinvol werk te doen, omdat het bedrijf bijdraagt aan het welzijn van de samenleving en het milieu.

Voordelen voor het milieu:

Een beter milieu begint bij uw bedrijf. Door kleine en grotere veranderingen door te voeren in uw bedrijf kunt u een groot verschil maken voor het milieu. Hierbij kunt u denken aan het:

- * Hergebruiken van materialen, waardoor grondstoffen gespaard worden
- * verminderen van de CO₂-uitstoot
- * verkleinen van de hoeveelheid afval

Voordelen voor de samenleving:

Iedere directeur-eigenaar en manager voelt aan dat het belangrijk is de omgeving waarin het bedrijf staat goed te behandelen. Immers, wie goed doet goed ontmoet. Maar de samenleving gaat verder dan de eigen omgeving. Een bedrijf kan ook bijdragen aan een betere samenleving op nationaal of zelfs internationaal niveau. Voor de samenleving kan dit opleveren:

- * Een schoner leefmilieu
- * Een veiligere omgeving
- * Betere werk- en leefomstandigheden bij producenten in derdewereldlanden





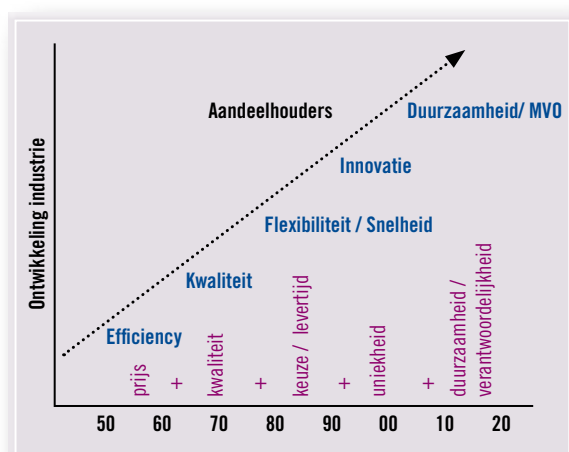
Ik laat me inspireren door mijn omgeving.

Duurzaamheid: hype of blijvertje?

In de figuur hieronder ziet u hoe de markt zich sinds de jaren '50 ontwikkelt. Met de jaren worden steeds hogere markteisen gesteld (rood in de figuur). Bij het stellen van nieuwe markteisen verdwijnen de oude niet. De markt wordt hierdoor steeds harder en de concurrentie scherper. De nieuwe markteisen zorgen dat bedrijven zich moeten blijven ontwikkelen. Van bedrijven werd in de vorige eeuw gevraagd dat zij kwaliteit leverden en efficiënt, snel, flexibel en innovatief werkten.

Duurzaamheid en verantwoordelijkheid zijn de nieuwe markteisen van begin 21ste eeuw. Bedrijven die hier niet in meegaan kunnen achterblijven in de concurrentiestrijd. De ontwikkeling naar het duurzame autobedrijf (blauw in de figuur) is daarom niet toevallig. Door tijdig in te spelen op deze ontwikkeling springt u in op een nieuwe behoefte in de maatschappij (naar: Bolwijn en Kumpe, 1998).

Een bedrijf dat stil staat raakt uit evenwicht.



Waarom is duurzaam ondernemen noodzakelijk?

De wereld verandert. De wereldbevolking groeit naar zeven miljard en blijft groeien. De druk op grondstoffen, voedsel, drinkwater en energie neemt toe. Voor ons is dit niet altijd zichtbaar, omdat de productie zich in het buitenland afspeelt. De effecten zijn echter overduidelijk. Grote delen van de tropische regenwouden maken plaats voor hout en vlees. Overbevissing leidt tot lege zeeën. Landbouwgronden raken uitgeput. Planten en dieren sterven uit. Mensen krijgen te maken met hongersnood, sociale wantoestanden en vervuiling.

Hierdoor verandert de maatschappij en daardoor ook de markt. Ondernemen zonder aandacht voor maatschappij en het milieu is straks geen optie meer, omdat de maatschappij verwacht dat bedrijven betrokkenheid tonen. Dit is de tijd voor bedrijven om hun verantwoordelijkheid te nemen. Bijvoorbeeld in de omgang met energie, werknemers, klanten, afval en buurtbewoners. Al Gore was lang een roepende in de woestijn. Nu delen veel mensen zijn zorgen. Mensen denken na over hoe zij omgaan met de aarde en andere mensen. Dit biedt nieuwe kansen om de problemen samen aan te pakken. Ook autobedrijven kunnen hierin veel betekenen.

Autobedrijven nemen hun verantwoordelijkheid

Gelukkig doen autobedrijven al veel goed: ondernemen met oog voor mens en milieu zit er vaak van nature in. Autobedrijven betrekken mensen uit de directe omgeving en maken deel uit van de lokale gemeenschap. Zij kunnen zich immers geen slechte naam veroorloven. Betrokken bedrijven zijn flexibeler en innovatiever.

Met de woorden van Herman Wijffels:

"Ondernemen zonder te lenen van de toekomst"



Stappenplan Duurzaam Ondernemen

Hoe begin je nu met duurzaam ondernemen?

Het mag duidelijk zijn: duurzaam ondernemen levert veel op. Voor mens, milieu én bedrijf.

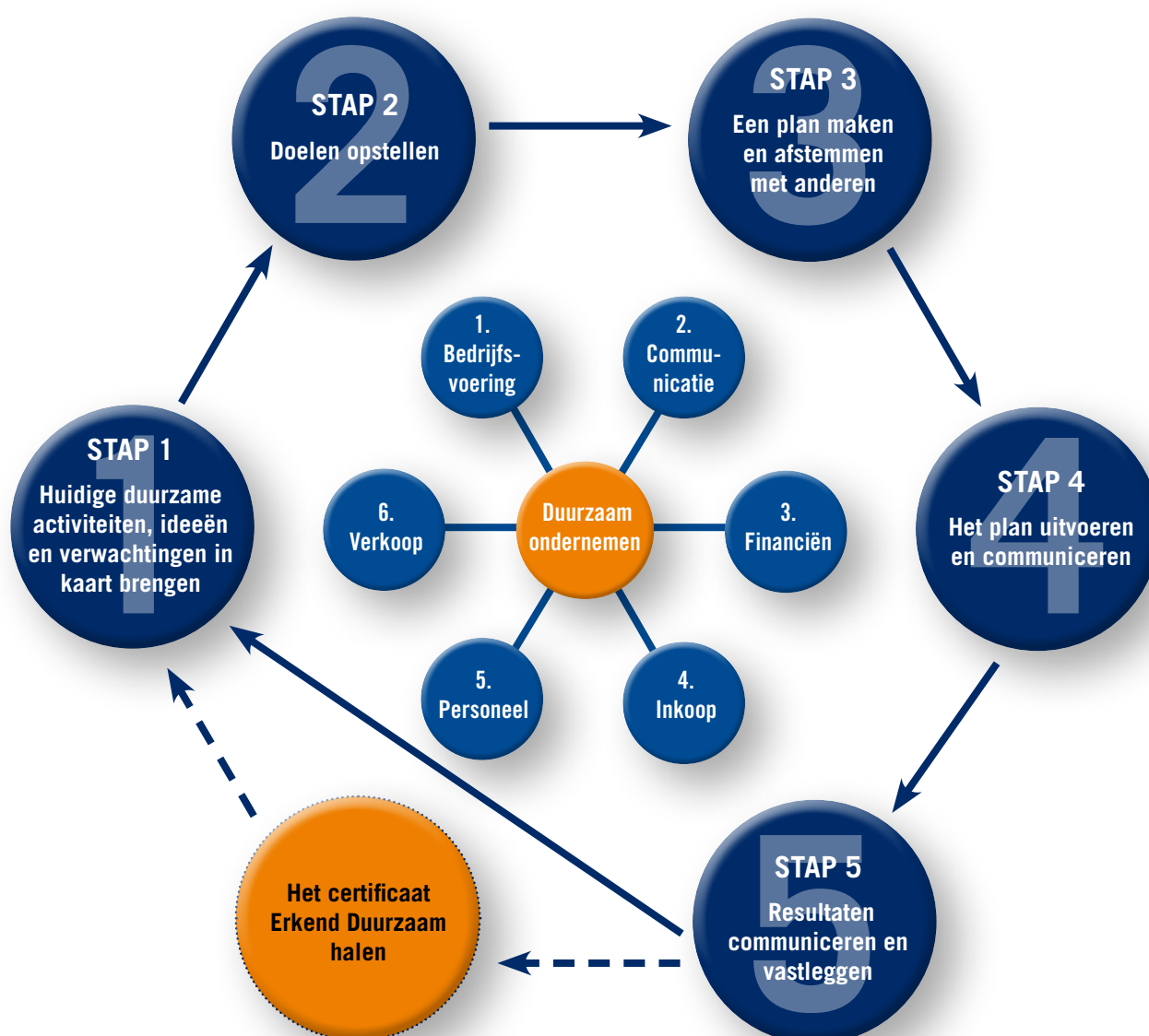
Maar hoe 'begin' je nu met duurzaam ondernemen? Hoe zorg je dat het een vast onderdeel wordt van het bedrijf?

Om te voorkomen dat goedbedoelde initiatieven losse flodders blijven is het van belang duurzaam ondernemen onderdeel te maken van het hele bedrijf. Hiervoor kunt u het Stappenplan Duurzaam Ondernemen gebruiken.

Stappenplan Duurzaam Ondernemen

De binnenste cirkel bestaat uit de deelgebieden waarop u aan de slag kunt gaan met duurzaam ondernemen in uw bedrijf: bedrijfsvoering, communicatie, financiën, inkoop, personeel en verkoop. Meer achtergrondinformatie en tips met betrekking tot deze deelgebieden vindt u onder de tabs in dit handboek. Hier doet u ideeën op om met duurzaam ondernemen aan de slag te gaan.

Om uw duurzame activiteiten tot een succes te maken doorloopt u de vijf stappen van het stappenplan, **de buitenste cirkel**. U begint bij stap 1 en volgt het Stappenplan Duurzaam Ondernemen t/m stap 5. De uitwerking van deze stappen vindt u verderop in het Stappenplan Duurzaam Ondernemen. Daarnaast kunt u ervoor kiezen om het certificaat 'Erkend Duurzaam' te behalen. Meer informatie over het certificaat vindt u in het Stappenplan.



Stappenplan Duurzaam Ondernemen

STAP 1

Huidige duurzame activiteiten, ideeën en verwachtingen in kaart brengen

1.1 Wat doet u al?

Helpt u een buurtvereniging? Biedt u stageplekken aan leerlingen met leer- of gedragsproblemen? Scheidt u uw afval? Heeft u uw gloeilampen vervangen door spaarlampen? Maak een lijst met alle zaken die u al doet.

1.2 Wat verwachten anderen van uw bedrijf?

Inventariseer de verwachtingen van klanten, medewerkers, uw bank, leveranciers, de buurt en gemeente op het gebied van duurzaam ondernemen. Vraag welke dingen zij denken dat uw bedrijf zou kunnen doen om mens en/of milieu te helpen.

Voorbeelden van informatie die u kunt achterhalen bij uw doelgroepen zijn:

- * Wat verwachten klanten van uw bedrijf op het gebied van duurzaamheid?
- * Welke voorwaarden stelt uw bank?
- * Aan welke lokale activiteiten zou u kunnen bijdragen volgens uw buurtbewoners?

1.3 Welke ideeën hebben medewerkers?

Betrek medewerkers bij het bedenken van manieren om duurzaam ondernemen vorm te geven. Bijvoorbeeld met een brainstorm, een ideeënbus of het aanstellen van een werkgroep met vrijwilligers. Maak van duurzaam ondernemen een vast punt binnen het teamoverleg. Medewerkers weten goed hoe het bedrijf in elkaar zit en komen vaak met creatieve ideeën. Doordat uw medewerkers meedenken, zijn zij betrokken bij de veranderingen. Dit creëert draagvlak en vergroot de kans op succes. U kunt medewerkers vragen of zij een duurzaamheidsteam willen vormen. Als team vormen zij de duurzame ambassadeurs van uw bedrijf. Zij bedenken ideeën en werken deze verder uit. U stelt tijd en middelen beschikbaar.

De groene koplopers van nu, zijn de winnaars van morgen.

Stappenplan Duurzaam Ondernemen

STAP 2 Doelen opstellen

2.1 Wat zou uw bedrijf nog meer kunnen doen?

Wat zou u nog meer kunnen doen? Houd hierbij in gedachten welke waarden je als bedrijf na wilt leven en uit wilt stralen. Wat past bij het bedrijf? Doe de 'Erkend Duurzaam'-scan en inventariseer sterke punten en verbeterpunten.



U vindt de Duurzaam Ondernemen Scan op www.duurzaamopweg.nl.

Leidinggeven is dingen mogelijk maken en beschermen.



2.2 Welke duurzame doelen wilt u behalen?

Gebruik de informatie die u heeft opgedaan in de vorige stappen om doelen op te stellen voor uw bedrijf. Formuleer de doelen die u wilt bereiken **SMART**.

Specifiek: Een concrete beschrijving van de activiteit. Wat willen we bereiken? Wat gaan we precies doen? Wie zijn erbij betrokken? Wanneer gaan we het doen?

Meetbaar: Hoeveel gaan we doen? Hoe kunnen we het meten?

Acceptabel: Is er draagvlak voor? Wil iedereen meewerken?

Realistisch: Kan het wat we willen doen? Wat is er nodig om het doel te behalen?

Tijdgebonden: Wanneer beginnen we? Wanneer zijn we klaar? Hoeveel tijd is nodig om de doelen te behalen? Plan kleine, haalbare stappen. Hierdoor is de kans op succes groter.

Stappenplan Duurzaam Ondernemen

STAP 3

Een plan maken
en afstemmen
met anderen

3.1 Hoe maakt u een plan?

Zet de doelen om in een plan van aanpak. Zet hierin wat u precies, wanneer en met wie wilt bereiken en wat de kosten en de tijdsinvestering mogen zijn.

3.2 Wat vinden anderen van het plan?

Ga met personen die belangrijk zijn voor de uitvoering van het plan om de tafel. Ook hierbij kunt u weer denken aan klanten, medewerkers, uw bank, leveranciers, de buurt en gemeente. Wat vinden zij van het plan? Hebben zij nog tips? Door met uw stakeholders te overleggen raken zij betrokken bij uw plannen. Dit vergroot de kans op succes!



Stappenplan Duurzaam Ondernemen

STAP 4

Het plan uitvoeren en communiceren

4.1 Hoe zorgt u ervoor dat iedereen weet wat u gaat doen?

Maak een communicatieplan zodat u wat u al doet, en wat u nog gaat doen, effectief kunt communiceren. Doelgroepen zijn klanten, leveranciers, de buurt, uw bank, de gemeente en andere relaties. Dit kunt u op verschillende manieren doen. Bijvoorbeeld via websites, regionale kranten, nieuwsbrieven, acties of folders. Zorg dat u iedereen vertelt over uw duurzame onderneming.



Kijk in deze map onder de tab 'Communicatie' voor meer informatie.



4.2 Hoe zorgt u dat alles volgens plan zal verlopen?

Om in de gaten te houden of alles volgens plan verloopt en te voorkomen dat het plan strandt of doel mist is een evaluatieplan noodzakelijk. Prik een aantal vaste momenten waarop u controleert of alles nog volgens plan loopt. Wat moet wanneer gedaan zijn? Zo kunt u op tijd bijsturen als zaken niet goed gaan. Evalueer niet alleen als het plan al is afgelopen. Tussentijds evalueren zorgt ervoor dat u tussentijds nog kunt bijsturen als dit nodig is.

4.3 Ga aan de slag!

Voer het gemaakte plan uit.

Stappenplan Duurzaam Ondernemen

STAP 5 Resultaten communiceren en vastleggen

5.1 Deel het resultaat met anderen

Vertel alle betrokkenen welke resultaten geboekt zijn en wat u nog meer gaat doen. Misschien komen zij naar aanleiding daarvan zelf ook weer met ideeën of suggesties.

5.2 Hoe zorgt u dat alle goede initiatieven behouden blijven?

Leg vast wat u doet in het kader van duurzaam ondernemen. Laat duurzaamheid terugkomen in de

visie, missie en strategie, het bedrijfsplan, taak- en functieomschrijvingen, vergaderagenda's en natuurlijk brochures en folders. Zet duurzaamheid als vast punt op de agenda bij vergaderingen.



*Kijk in deze map naar het onderdeel
'Communicatie' voor meer informatie.*

Groen organiseren is vertrouwen geven.





Mijn overtuiging maakt me sterk.



Het certificaat Erkend Duurzaam halen

Wanneer doet u de Duurzaam Ondernemen Scan?

Wanneer u dit handboek volgt bent u optimaal voorbereid op de Duurzaam Ondernemen Scan. U kunt zien wat de sterke punten en verbeterpunten binnen uw bedrijf zijn als u de scan online afneemt op www.duurzaamopweg.nl. Het resultaat van deze scan is een goede basis om met duurzaamheid aan de slag te gaan.

Veel bedrijven doen de 'Erkend Duurzaam'-scan twee keer. Eén keer zelf online om sterke en verbeterpunten in kaart te brengen. En één keer met een adviseur van het Instituut voor Duurzame Mobiliteit (IvDM) die naar het bedrijf toe komt. In de tussentijd werkt u in het bedrijf verder aan duurzaamheid.

Het certificaat 'Erkend Duurzaam'

Als u denkt dat uw bedrijf klaar is voor het certificaat 'Erkend Duurzaam' vraagt u een adviseur van het Instituut voor Duurzame Mobiliteit (IvDM) de Duurzaam Ondernemen Scan binnen uw bedrijf af te komen nemen. Scoort uw bedrijf goed? Dan ontvangt u het certificaat 'Erkend Duurzaam'. Dit certificaat is dan ook het bewijs van inzet voor mens en milieu. De afname van de Duurzaam Ondernemen Scan duurt een uur.



Kijk voor meer informatie op:

www.duurzaamopweg.nl.

"Duurzaamheid wordt cool". (Jacqueline Cramer)

1. Bedrijfsvoering

Inleiding

Uw bedrijf kan veel betekenen voor de wereld eromheen. Door middel van kleine aanpassingen of bijdragen kan een groot verschil gemaakt worden voor mens en milieu.

Ieder bedrijf is in de dagelijkse bedrijfsvoering in meer of mindere mate belastend voor het milieu. Denk maar aan alle verlichting die brandt, de wc die wordt doorgetrokken of de hoeveelheid afval die uw bedrijf produceert. Gelukkig is het meestal met kleine aanpassingen al mogelijk die milieubelasting terug te brengen. Dit betekent vaak ook een flinke besparing in de kosten voor het bedrijf. Onder dit tabblad vindt u informatie over wat er mogelijk is op dit gebied. Behalve voor het milieu kan uw bedrijf ook iets betekenen voor mensen. Uw bedrijf kan zich inzetten voor arme mensen in ontwikkelingslanden, maar ook voor mensen die in de wijk wonen. Bijvoorbeeld door het organiseren van een buurtactiviteit.

Om ervoor te zorgen dat er niet eenmalig actie wordt ondernomen en dat het onderwerp daarna vergeten

wordt, is het belangrijk dat duurzaamheid een vast onderwerp is tijdens besprekingen, bijvoorbeeld met het managementteam. Duurzaam ondernemen is namelijk nooit klaar.

Wat vindt u onder dit tabblad?

Onder dit tabblad leest u hoe uw bedrijf wat kan betekenen voor mensen in de buurt of in andere landen. Ook leest u hoe kleine veranderingen de milieubelasting van uw bedrijf flink kunnen verkleinen. Onder dit tabblad vindt u antwoord op onderstaande vragen:

1. Wat kan uw bedrijf betekenen voor anderen?
2. Hoe kan uw bedrijf effectief en duurzaam omgaan met afval?
3. Waar begint u met waterbesparing?
4. Op welke manieren kan uw bedrijf bodemverontreiniging voorkomen?
5. Wat betekent het energiecertificaat voor uw bedrijf?
6. Welke manieren zijn er om energie te besparen in het autobedrijf?



Wat bergt u op onder het tabblad 'Bedrijfsvoering'?

Voeg onder het tabblad 'Bedrijfsvoering' in deze map zelf de informatie en bewijzen toe die u gebruikt voor duurzaamheid in uw bedrijfsvoering. Zo houdt u zelf overzicht én heeft u alle informatie bij de hand als u de Duurzaam Ondernemen Scan af laat nemen door een adviseur van het IvDM.

Wat kunt u bijvoorbeeld onder het tabblad 'Bedrijfsvoering' opbergen?

- * Agenda's en notulen van vergaderingen
- * Folders, flyers en/of brochures
- * Plannen van aanpak
- * Artikelen
- * Foto's van evenementen / activiteiten



"The only missing ingredient is collective will."

1

Wat kan uw bedrijf betekenen voor anderen?

Het aantal ondernemers dat investeert in duurzame innovatie is de afgelopen vijf jaar bijna verdubbeld. De komende jaren zal deze groei verder toenemen. Klanten, banken en de overheid verwachten vaker van bedrijven dat zij duurzaam ondernemen. Duurzaamheid is daarom bij veel bedrijven een vast onderdeel van de bedrijfsvoering.

Steeds meer ondernemers willen iets betekenen voor mensen die het wat minder hebben dan zij. Bedrijven helpen de lokale sportclub of zamelen geld in voor het goede doel. De behoefte om iets te betekenen voor andere mensen in de wereld is groot.

Maar waar begint u als u wat wilt doen voor anderen?

Wanneer uw bedrijf iets wil betekenen voor anderen is het goed om te bedenken tot waar de betrokkenheid van uw bedrijf reikt. Wat past bij uw bedrijf? De grens van de betrokkenheid van uw bedrijf ligt niet persé op de hoek van de straat. De betrokkenheid van uw bedrijf reikt tot waarmee u zich verbonden voelt. Is dat voor u uw straat, wijk, stad, provincie, Nederland, Europa, of misschien wel de hele wereld?

Waar voor u de grens ligt maakt niet uit. Het belangrijkste is dat uw bedrijf iets betekent voor die omgeving. Dat kunt u zo groot aanpakken als u wilt. Natuurlijk is het afhankelijk van wat past bij uw bedrijf. U kunt iets doen met uw bedrijf alleen, of samen met andere bedrijven of organisaties. Kleine bijdragen maken vaak

al een groot verschil voor de mensen die erbij gebaat zijn. Omdat ieder bedrijf anders is, en iets anders wil betekenen voor zijn omgeving, vindt u hieronder verschillende wijzen van aanpak. Voor een aanpak dicht bij huis én wat verder weg.

Hoe legt u de basis voor een duurzame relatie met uw buurt?

Nederland is een dichtbebouwd land. Grote kans dus dat uw bedrijf dicht bij woningen of andere bedrijven staat. Een goede relatie met elkaar is daarom belangrijk. Een duurzame relatie met uw buurt start met communicatie. Door de omgeving te informeren over de plannen van uw bedrijf, kunnen omwonenden meedenken en zich erop instellen. Weten omwonenden bijvoorbeeld wat uw bedrijf doet en wat uw plannen zijn met het bedrijf? En weet u wat omwonenden vinden van uw bedrijf?

Tips

Voor een duurzame relatie met uw buurt:

- * Vraag mensen uit de omgeving hoe zij de communicatie van uw bedrijf ervaren en waar verbeterpunten zouden kunnen liggen.
- * Informeer hen over datgene wat u al doet om overlast te verminderen.
- * Geef aan dat u het belangrijk vindt om ideeën en eventuele klachten te horen en dat u deze serieus neemt.

Wat kunt u nog meer doen voor uw buurt?

Communicatie is dus de basis van een duurzame, goede relatie met de buurt. Maar uw bedrijf wil misschien wel méér betekenen.

1 Betrokkenheid bij uw omgeving is goed voor de gemeenschap én goed voor uw bedrijf. Medewerkers zijn trots als zij namens hun bedrijf vrijwilligerswerk mogen doen. Buurtbewoners zijn blij als een bedrijf hen helpt, bijvoorbeeld met het opknappen van de wijk of met verenigingsactiviteiten. Het levert uw bedrijf een goed imago op en gemotiveerde medewerkers.

Bedenksamen met medewerkers welk maatschappelijk probleem uw bedrijf kan helpen oplossen. Bijvoorbeeld: klimaatverandering, leefbaarheid van de wijk, sociale integratie van ouderen of minder validen, veiligheid, mobiliteit, etc.

TIP! Om erachter te komen welke problemen spelen in de omgeving van uw bedrijf, kunt u gebruik maken van een wijk- of stadkrant, of bij de gemeente en buurtbewoners informeren.

2 Kies met uw medewerkers één maatschappelijk vraagstuk waarop uw bedrijf zich gaat richten. De keuze voor niet meer dan één vraagstuk zorgt ervoor dat u dit duidelijk aan de buitenwereld kunt presenteren (duidelijk imago bedrijf). Ook voorkomt het dat het budget versnipperd raakt.

TIP! Neem contact op met organisaties die zich bezighouden met dit probleem en kijk of u samen een project op kunt zetten.

3 Kijk welke medewerkers mee willen werken. Maak van hen een team dat ermee aan de slag gaat.

TIP! Zorg ervoor dat duidelijk is hoeveel tijd en middelen medewerkers tot hun beschikking hebben. En laat hen regelmatig vertellen over de voortgang van het project.

Gaat u aan de slag voor uw buurt?

Maak uw idee tot een succes met een plan van het Stappenplan Duurzaam Ondernemen, vóór in deze map.

Autodealer in actie in de wijk!

Piet Zaalten werkt als chef Werkplaats bij een autodealer in het westen van het land. In de wijk waar het bedrijf ligt waren problemen met jongeren. Een groep van ongeveer twaalf jongens van tien tot achttien jaar hing regelmatig rond op straat en haalde rottigheid uit. Ze reden 's middags op hun scooters rond over speelveldjes, spotten graffiti en zorgden voor een vervelende sfeer in de wijk.

Piet had de jongens al een aantal keren aangesproken op hun gedrag. Zij gaven aan dat in de wijk weinig anders voor hen te doen was dan rondhangen. Soms gingen zij naar het wijkcentrum, maar dat was alleen op dinsdag- en donderdagmiddag open.

De sfeer in de wijk ging steeds verder achteruit. Piet merkte dat sommige klanten het hierdoor niet langer prettig vonden om naar het bedrijf te komen. Om dit te veranderen vroeg hij zijn manager of hij ervoor mocht zorgen dat de jongeren niet langer overlast zouden veroorzaken. De manager van Piet gaf aan dat hij twee maanden lang twee uur in de week aan zijn plan mocht besteden. Hierdoor was Piet extra gemotiveerd de rest in zijn vrije tijd te doen.

Samen met vier andere bedrijven en het wijkcentrum bedacht Piet het plan om de jongens op woensdag- en zaterdagmiddag uit te nodigen om mee te helpen op de bedrijven. Zo konden de jongens proeven aan

verschillende soorten werk en waren ze van de straat. Om de jongens te motiveren werd een stempelkaart gemaakt. Voor iedere keer dat een jongen kwam helpen kreeg hij een stempel. Als de jongens zes stempels hadden werd er een uitje voor hen georganiseerd door het wijkcentrum.

De jongens helpen graag mee bij de bedrijven. Enkele oudere jongens kregen zelfs een bijbaantje aangeboden. En twee jongens vonden het zo leuk om in de werkplaats van de autodealer te helpen dat zij aan de opleiding Autotechniek zijn begonnen. De buurtbewoners zijn opgelucht dat de sfeer in de wijk weer goed is. Ook de bedrijven zijn blij, want klanten komen weer graag in de wijk en zij hebben geen overlast meer van de jongeren. Bovendien is de relatie met de buurt versterkt, waardoor ze een aantal nieuwe klanten hebben gekregen.

"Duurzaamheid is niet een soort spoiler of een navigatiesysteem dat je op de voorruit van je auto plaatst. Het gaat om een andere houding ten aanzien van ons eigen bestaan. Het Stenen Tijdperk kwam niet ten einde omdat de stenen op waren, maar omdat het bewustzijn van de mensen veranderde. Duurzaamheid is voor mij een kwestie van bewustzijn en houding, zonder er daarbij van uit te gaan dat het leven ons minder genot oplevert." (Thomas Rau, architect WNF-gebouw)

Wat kunt u betekenen voor de wereld om u heen?

In Nederland is iedereen rijk. Wij leven in grote welvaart in vergelijking met sommige andere landen. In Nederland zijn werknemers goed beschermd door arbowetgeving en cao's. Zij hebben geen werkdagen van veertien uur, waarbij zwaar en gevaarlijk werk gedaan moet worden voor een hongerloon.

Collega-ondernemers in arme landen moeten knokken voor hun zaak. Werkdagen van veertien uur zijn eerder regel dan uitzondering. Door hen te helpen zorgt u ervoor dat hun medewerkers en gezinnen uit de armoede komen. Net als u zetten uw collega-ondernemers over de hele wereld zich ook dagelijks in voor hun bedrijf. Zij hebben ook hart voor hun zaak. U kunt hen helpen door hun mogelijkheden te vergroten. Door te delen kunt u ervoor zorgen dat het iedereen goed gaat.

Het vermogen van de 200 rijkste mensen op aarde is groter dan het bij elkaar opgetelde jaarinkomen van de 2,5 miljard armste mensen.

Hoe helpen microkredieten?

U kunt collega-ondernemers helpen door een organisatie te steunen die microkredieten verstrekt. Microkredieten zijn kleine leningen die worden gegeven aan startende ondernemers in ontwikkelingslanden. Vaak kunnen deze ondernemers geen gewone lening krijgen, omdat zij geen onderpand of vast maandinkomen hebben. Met een microkrediet kunnen zij investeren in de aanschaf van een winkeltje of gereedschap. Een microkrediet is vaak een lening van nog geen € 100,-. Met slechts een klein bedrag krijgen zij de kans om te werken aan het succes van hun bedrijf.

UIT DE PRAKTIJK

Microkrediet in actie

Alemitu uit Ethiopië kwam zonder een cent op zak uit het leger terug naar zijn familie. Hij had een stuk land, maar geen middelen om het te bewerken. Hij kreeg een lening van €30,- waarvoor hij een ezel kocht. Deze ezel verhuurde hij als transportmiddel, voor €2,- of €3,- per transport. Hij betaalde zijn lening af en zette wat geld opzij.



Van de tweede lening van €100,- kocht hij een os om het land mee te ploegen. Alemitu ging groente verbouwen. De derde lening van €200,- gebruikte hij om een huis te bouwen voor zijn gezin. Zijn vrouw en kinderen hoefden nu niet meer in een armzalige hut te wonen.

Inmiddels heeft Alemitu zijn leningen afbetaald en verbouwt hij graan en houdt hij koeien. Zijn kinderen gaan naar school. Binnenkort wil hij met zijn vrouw van een volgende lening een winkel starten.

www.oneworld.nl

Wilt u het verstrekken van microkredieten ondersteunen?

Dit kan bijvoorbeeld bij Oikocredit, ASN Bank en de Triodos Bank. Uw bedrijf kan helpen door te beleggen, geld te doneren, medewerkers als vrijwilliger in te zetten of een spaarrekening te openen.



Voor meer informatie over investeren in microkredieten en de voordelen hiervan kijkt u in deze map onder het tabblad 'Financiën'.

Op welke manieren kunt u nog meer helpen?

Uw bedrijf kan een actie of evenement organiseren om geld of goederen op te halen. Goederen die u kunt verzamelen zijn bijvoorbeeld oude mobiele telefoons of lege inktcartridges. Het geld dat dit opbrengt wordt gebruikt voor ontwikkelingsprojecten. En oud gereedschap krijgt in een arm land weer een nieuw leven.

Ook is het mogelijk om een samenwerkingsverband aan te gaan met een ontwikkelingsorganisatie. Medewerkers kunnen dan bijvoorbeeld als vrijwilliger meewerken aan acties en evenementen van ontwikkelingsorganisaties.

"We moeten onze doelen verschuiven van economische groei en materialisme, naar een goede kwaliteit van leven voor alle mensen en een gezond milieu." (Janet Holmes a Court, Australische zakenvrouw)

2

Hoe kan uw bedrijf effectief en duurzaam omgaan met afval?

Afval voorkomen? Waarom?

Fabrikanten maken steeds meer producten die maar kort of maar één keer gebruikt kunnen worden. Hierdoor groeit de hoeveelheid afval snel. Afval verwerken is erg duur én slecht voor het milieu. Ook is het zonde van grondstoffen als ze slechts kort of één keer gebruikt worden in een product.

Het beste afval is géén afval

Een makkelijke manier om bij te dragen aan een beter milieu is eens te kijken hoe u de hoeveelheid afval die het bedrijf produceert kunt verkleinen. Laat leveranciers bijvoorbeeld hun verpakkingsmateriaal mee terugnemen; dat scheelt opslagcapaciteit en verwerkingskosten. Zij zullen in de toekomst scherper kijken naar de hoeveelheid verpakkingsmateriaal die zij gebruiken. Schaf niet meer aan dan noodzakelijk, voorkom dubbele voorraden en wees zuinig met materialen. Print u bijvoorbeeld al dubbelzijdig?

85,6 % van een autowrak wordt gerecycled. (ARN, 2008)

Wie kunt u blij maken met uw afval?

Kan het afval nog in het eigen bedrijf worden hergebruikt? Bij de ontwikkeling van auto's letten fabrikanten erop dat onderdelen goed te demonteren zijn. Zo kunnen de onderdelen die nog in goede staat zijn hergebruikt worden voor de reparatie van tweedehands auto's.

Kan uw bedrijf de onderdelen zelf niet meer gebruiken? Ga dan na of er organisaties zijn die dat wél kunnen. Door het aan deze organisaties te geven, kweekt u meteen weer een stukje goodwill.

UIT DE PRAKTIJK

Een voorbeeld is **Stichting Gered Gereedschap**. Hier kan uw bedrijf oud gereedschap inleveren. Dit gereedschap wordt opgeknapt en opgestuurd naar mensen in ontwikkelingslanden.

www.geredgereedschap.nl



Mensen die nu leven zorgen voor zichzelf, anderen én voor toekomstige generaties.

Afval scheiden? Het komt toch allemaal in dezelfde oven terecht?

Afvalscheiding is het scheiden van verschillende soorten afval, zoals plastic, hout, metaal, glas en papier. Dit is niet zonde van uw tijd! Afval dat niet gescheiden is wordt gestort of verbrand. Bij storten en verbranden komen giftige stoffen in de grond, het grondwater en de lucht terecht. Ook kost het verbranden van afval veel energie en dus belastinggeld. Afval dat gescheiden is wordt vaak opnieuw gebruikt. Dit heet recycling. Autobanden worden bijvoorbeeld versnipperd en gebruikt voor nieuwe banden.

Steeds meer waardevolle stoffen kunnen door verbranding en vergassing uit afval gewonnen worden om hergebruikt te worden, zoals koolstofverbindingen, mineralen en metalen. Dit kan alleen als het afval gescheiden is.

Van grof vuil blijft uiteindelijk maar 20% over.

(Afval Energie Bedrijf Amsterdam)

Oud papier dat gescheiden van ander afval wordt weggegooid kost € 0,- euro belastinggeld per ton voor verwerking, omdat het deels geld opbrengt door recycling. Oud papier dat ongescheiden wordt weggegooid kost € 100,- euro belastinggeld per ton.

Hoe kunt u uw afval goedkoper afvoeren?

Vaak betaalt u voor de afvoer van afval. Het loont om bij verschillende afvalbedrijven offertes aan te vragen. Een andere tip is eens goed in uw containers te kijken. Zit de container wel echt vol als hij geleegd wordt? Vaak betaalt u namelijk niet voor de kilo's, maar voor het aantal keren per jaar dat de container geleegd wordt, of de grootte van de container. Kleinere containers of minder vaak laten legen kunnen zorgen voor een kostenbesparing.

Te scheiden afval in de garage:

- * Afgewerkte olie
- * Poetsdoeken
- * Smitbussen
- * Loodaccu's en batterijen
- * Remvloeistof
- * Koelvloeistof
- * Oliefilters
- * Brandbare vloeistoffen
- * Banden
- * Wiellood

Wat is Cradle to Cradle?

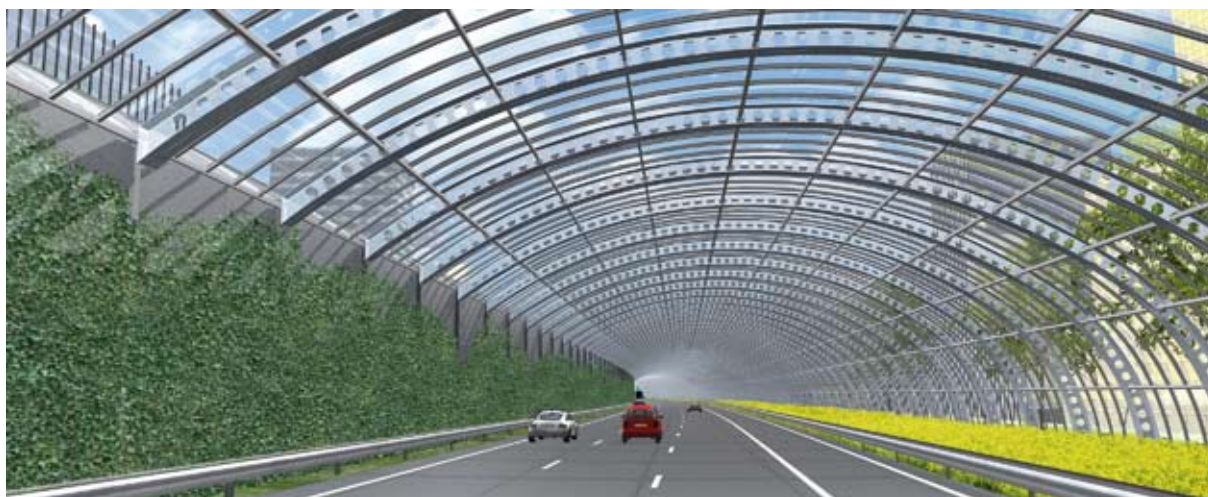
'Cradle to cradle' betekent 'van Wieg tot Wieg' en is de nieuwe manier van denken over afval en product-ontwerp. De centrale gedachte is dat alle gebruikte materialen na hun leven in het ene product, nuttig kunnen worden gebruikt voor een ander product. Het opnieuw gebruiken van materialen wordt ook wel recycling genoemd. Alleen bij recycling gaat de kwaliteit van het materiaal vaak achteruit. Bijvoorbeeld: een stevig en wit vel A4-papier verandert in een dun en grijs vel papier in een kladblok. Vervolgens wordt van dit grijze kladblokvel hard en grijs wc-papier gemaakt. De kwaliteit van het papier verslechtert. Het verschil tussen recycling en het cradle to cradle-principe is dat de kwaliteit van het product niet achteruitgaat en er geen restproducten zijn die alsnog gestort worden.

We vernieuwen de manier waarop we nieuwe dingen maken.

Hoe wordt 'Cradle to Cradle' toegepast in de automotive?

Opnieuw te gebruiken materialen worden al lang ingezet in de automotive. Natuurlijke vezels, zoals hennep, jute, kenaf en sisal, worden gebruikt vanwege hun geringe dichtheid, goede thermische en mechanische eigenschappen, en een lage en stabiele prijs. Door de stijging van de prijs van aardolie is het gebruik van synthetische vezels gedaald en worden meer natuurlijke vezels gebruikt.

De economie van de VS verbruikt 100 miljard ton aan ruw materiaal. 90% hiervan eindigt als afval.



Ford

Begin 20^e eeuw had de Ford T al een startspoelkast met tarweglutenhars. Kunststoffen uit soja werden verwerkt in handschoenenkastjes, knoppen van versnellingspoken en claxons, gaspedalen, sturen en dashboardpanelen.

Vandaag de dag gebruikt Ford schuim dat voor 40% bestaat uit soja. Dit schuim wordt gebruikt voor kussens, rugleuningen en hoofd- en armsteunen. Hierdoor kan per auto tot zeven kilo milieuvriendelijker purschuim bespaard worden.

BMW

Ook BMW neemt hernieuwbare materialen in haar voertuig op. Elke BMW Serie 7 bevat 24 kilo plantaardige vezels. Deze vezels zijn verwerkt in panelen, binnenbekleding, geluidsisolatie en rugleuningen.

Mazda

Door Mazda is een nieuwe kunststof ontwikkeld voor portiermodules. Deze nieuwe kunststof bestaat voor 88% uit maïs. De schokweerstand en warmtebestendigheid is 25% hoger dan die van bestaande biokunststoffen.

DaimlerChrysler

50 componenten van de Mercedes-klassen A, C, E en S bevatten natuurvezels. DaimlerChrysler verwacht 60% energie te kunnen besparen met het gebruik van de vezels. Dit zorgt voor een daling in CO₂-uitstoot. Het afval van de vezels wordt gebruikt als meststof.



Ford model U. Dit prototype auto is 100% recyclebaar en de eerste auto ter wereld ontworpen volgens de cradle to cradle-filosofie.

In plaats van minder slecht, proberen we goed te zijn voor het milieu.



Afval:

TIPS voor autodealers en -bedrijven

Als autobedrijf heeft u niet altijd invloed op het product dat u verkoopt en het afval dat dit met zich meebrengt. Gelukkig zijn er veel andere manieren waarop uw bedrijf zich in kan zetten voor duurzame afvalverwerking. Bijvoorbeeld door middel van het splitsen van oliefilters of het gebruik van opvangbakken.

Split oliefilters in 3 fracties

Oliefilters kunnen worden gescheiden in drie delen, namelijk: de olie, de papieren binnenfilter en het metaal. Door het filter te scheiden vermindert de hoeveelheid gevaarlijk afval die moet worden verwerkt. Het metaal en de olie zijn te hergebruiken. Het oliefilter splitsen wordt gedaan met behulp van een elektrische of een handbediende filtersplitter. De splitter is niet onderhoudsgevoelig en split een oliefilter in minder dan 15 (elektrisch) tot 30 seconden (handmatig). Door twee gaatjes te maken in het oliefilter en deze vervolgens een nacht te laten uitlekken, wordt het filtersplitsen aanzienlijk arbeidsvriendelijker.

"We vrezen de gevaren van klimaatverandering zonder stil te staan bij de kansen die er liggen. Het is een goede gelegenheid om een hoop dingen te veranderen die we eigenlijk toch al anders zouden moeten doen. Door deze crisis samen op te lossen vormen we nieuwe gezamenlijke doelen." (Al Gore)

1. Investering: €500,- voor een handmatige splitter en €600,- voor een elektrische splitter.

2. Besparing: De besparing wordt verkregen door vermindering van de afvoerkosten. Afvoer van filters kost gemiddeld €0,60 per kilo. Een uitgelekte oliefilter weegt circa 515 gram, opgebouwd uit 350 gram metaal en 165 gram binnenfilter. Afvoerkosten per filter zijn dan €0,40. Met behulp van de splitter kan per filter €0,21 worden bespaard. Het metaalafval kan kosteloos of met een opbrengst worden afgevoerd. De olie kan apart worden opgevangen om vervolgens te worden afgevoerd en opgewerkt.

3. Terugverdientijd: Indien drie jaar als een aanvaardbare terugverdientijd wordt gezien, is de maatregel toepasbaar bij een verwerkingsgraad van ten minste 780 filters per jaar voor de handmatige versie en circa 1.250 filters per jaar voor de elektrische versie. Hierbij zijn de kosten van de extra benodigde arbeidstijd overigens nog buiten beschouwing gelaten. Indien de splitter gebruikt wordt in de 'verloren uurtjes' is het een rendabele maatregel, anders niet.

Gebruik opvangbakken

Zorg dat opvangbakken klaarstaan op plaatsen waar morsverliezen kunnen plaatsvinden en let erop dat deze correct geplaatst worden. Dit voorkomt morsverliezen van de grond- en/of hulpstoffen en extra schoonmaakkosten. Dit zorgt voor vermindering van de inkoop van grond- en hulpstoffen, vermindering van de hoeveelheid afval en besparing op schoonmaakmiddelen en schoonmaakkosten.

Bron: www.infomil.nl

3

Waar begint u met waterbesparing?

Een bedrijf gebruikt dagelijks vele liters water. Bijvoorbeeld voor toiletbezoek, drinkwater en schoonmaken. Vaak wordt veel meer water gebruikt dan noodzakelijk. Dit kost het bedrijf veel geld.

70% van de aarde is bedekt met water. Als we er dan toch genoeg van hebben, waarom zouden we er dan zuinig mee moeten zijn?

De aarde bestaat voor 70% uit water. Slechts een heel klein gedeelte van dit water is echter bruikbaar als drinkwater. Het grootste deel van het water is namelijk zout, vervuild of onbereikbaar. Als al het water op aarde vergeleken wordt met een volle badkuip, dan is slechts een theelepeltje bruikbaar voor de mens. We staan er in het Westen niet vaak bij stil, maar schoon drinkwater is voor veel mensen op aarde een schaars luxeproduct. Dit betekent niet dat we meteen moeten stoppen met het wassen van onze auto's of het besproeien van de tuinen. Het kan echter geen kwaad om eens na te denken over waar het wat minder kan.

Een gemiddeld huishouden gebruikt per persoon dagelijks 130 liter water.

Door de toenemende vraag naar water wordt steeds meer grondwater opgepompt. Hierdoor wordt Nederland steeds droger, omdat de grondwaterspiegel daalt. Dit heeft weer gevolgen voor planten en dieren in Nederland. Naast het feit dat er steeds meer grondwater moet worden opgepompt, wordt er ook steeds meer gebruikt water gezuiverd. Al het water dat wij gebruiken heeft een grondig zuiveringsproces doorlopen. Het zuiveren van al dat water kost veel energie

en er worden veel chemicaliën bij gebruikt. Doordat er steeds meer water gebruikt en dus gezuiverd moet worden is er een toename in (vervuild) afvalslib.

In uw bedrijf is het mogelijk om op een snelle en makkelijke manier water te besparen. Zo kunt u zonder veel moeite of kosten bijdragen aan een beter milieu en een eerlijkere verdeling van het water op aarde, en bespaart u ook nog eens op uw waterrekening.

Waar begint u als u water wilt besparen?

Wanneer u wilt beginnen met het besparen van water is het handig om het waterverbruik in uw bedrijf in kaart te brengen. Waar zou het een beetje minder kunnen? Om zoveel mogelijk resultaat te boeken is het zaak te weten wat de grootste bronnen van verbruik zijn. Is dat bij het wassen van auto's of toiletbezoek? Als u in kaart heeft gebracht welke bedrijfsactiviteiten het meeste watergebruik met zich meebrengen, kunt u gaan onderzoeken wat u kunt doen om dit te verminderen.



Waterbesparing:

TIPS voor autodealers en -bedrijven

Onderhoudsschema

Een onderhoudsschema kan worden opgesteld om lekkende kranen en stortbakken op te sporen, en de afstelling van vlotter in toiletreservoirs en de eventuele toilet- en urinoirspoelkranen te controleren.

Investering: geen extra kosten.

Besparing: een kraan die tien druppels per minuut lekt, veroorzaakt per jaar een verlies van ongeveer 2.000 liter. Een toilet dat een halve liter water per minuut verliest, zorgt voor een dagelijkse waterverspilling van 720 liter. Per jaar loopt dit op tot een verspilling van meer dan 260.000 liter, waarmee een zwembad van 25 bij 10 meter tot 1 meter gevuld kan worden.

Meer dan een vijfde van de wereldbevolking heeft geen beschikking over schoon drinkwater.

Waterbesparende toiletten

Er zijn verschillende manieren om water te besparen bij toiletten:

- * Een spoelknop met een handmatige spoelonderbreker. De gebruiker kan het doorspoelen dan voortijdig stoppen door nogmaals op de knop te drukken.

Investering: bij vervanging gelijk aan een gebruikelijk reservoir

Besparing: 30%



- * Dualfluxbediening. Hierdoor kan men zelf de hoeveelheid water bepalen die gebruikt wordt om door te spoelen.

Investering: vanaf € 70,-

Besparing: 33 tot 66%

- * Een zes-literreservoir in plaats van het gebruikelijke negen-liter reservoir.

Investering: vanaf € 75,-

Besparing: 33%

- * Een urinoir in plaats van een gewone wc beperkt de hoeveelheid spoelwater.

Investering: vanaf € 225,-

Besparing: 30 tot 80%

Aanleg leidingen en warmwatertoestel bij nieuwbouw of renovatie

Houd bij het ontwerpen van nieuwe gebouwen de leidingen van het verwarmingstoestel naar het tappunt zo kort mogelijk en kies de diameter niet groter dan nodig. Dit voorkomt waterverspilling door het wachten op warm water. Ook wordt warmteverlies voorkomen op de weg van het warmwatertoestel naar de kraan. Dit is met name belangrijk voor tappunten in de keuken, omdat deze vaker voor kortere tijd worden gebruikt.

Waterbesparende kranen

Er zijn verschillende mogelijkheden om water te besparen bij kranen. Op de verpakking van kranen staat aangegeven of zij waterbesparend werken. Controleer daarnaast of de kraan het KIWA-keurmerk heeft. Dit keurmerk garandeert een lager verbruik dan bij vergelijkbare kranen zonder keurmerk.

- * Thermostatische mengkranen brengen het water direct op de juiste temperatuur, omdat de mengverhouding van tevoren kan worden ingesteld. Installeer thermostaatkranen alleen daar waar warm water ook daadwerkelijk noodzakelijk is. Anders wordt in de praktijk warm water gebruikt, ook wanneer kan worden volstaan met koud water. Een eengreepsmengkraan heeft maar één hendel, waarmee alle functies bediend worden. Hierdoor kan het zijn dat de hendel vaak zo staat dat er warm water gebruikt wordt. Er zijn ook mengkranen die pas warm water bijmengen als de hendel over een bepaald punt heen is. Zo wordt onnodig warmwatergebruik beperkt. In een keuken is het interessant om een kraan met spaarknop te gebruiken. Een weerstand zorgt er dan voor dat, om een maximale waterstroom te krijgen, een extra handeling nodig is.

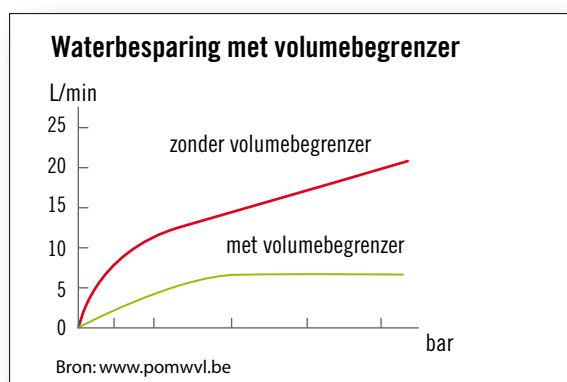
Investerings: vanaf € 125,-

Besparing: 40% in water en 10% energiebesparing voor opwarming van het water

- * Een doorstroom- of volumebegrenzer vermindert de doorstroomsnelheid. Dit is een kunststof of rubberen ring in het mondstuk van de kraan. De meeste nieuwere kranen hebben een ingebouwde doorstroombegrenzer. Bij een oudere kraan kan alsnog een doorstroom- of volumebegrenzer geplaatst worden. Hiervoor moet het mondstuk vervangen worden.

Investerings: vanaf € 4,-

Besparing: tot 50%



- * Moment- of drukknoppen beperken de watertoevoer in tijd. Hierdoor kunnen kranen niet open blijven staan. Een automatische besturing met infraroodsensor beperkt de watertoevoer als de sensor geen (hand)beweging detecteert.

Investerings: vanaf € 100,-

Besparing: 45%

Auto's wassen

Er zijn verschillende manieren om water en energie te besparen bij het wassen van auto's.

- * Afspoelen met koud water in plaats van warm water.
- * Wekelijks het waterverbruik terugkoppelen naar de werkvloer. Hierdoor wordt het personeel zich bewust van het waterverbruik.
- * Experimenteren met de verhouding zeep/shampoo en water. Hoe minder zeep of shampoo gebruikt wordt, hoe minder belastend dit is voor het milieu.

Investerings: organisatorische aanpassing

Besparing: varieert

Bron: www.infomil.nl
Bron: www.groenesleutel.be

4

Op welke manieren kan uw bedrijf bodemverontreiniging voorkomen?

Waarom is het voorkomen van bodemverontreiniging belangrijk?

Bij bodemverontreiniging dringen stoffen de bodem en het grondwater in die kunnen leiden tot schade aan het milieu. Het kan hierbij gaan om door de mens gemaakte stoffen, zoals bestrijdingsmiddelen. Ook natuurlijke stoffen, zoals stikstof en metaal, kunnen de bodem verontreinigen. Te grote hoeveelheden van deze stoffen kunnen namelijk niet meer door de natuur afgebroken worden.

Verontreinigingen kunnen het milieu aantasten doordat planten en dieren de verontreinigingen opnemen en doodgaan. Sommige vervuilende stoffen verspreiden zich via het grondwater. Ook is bodemverontreiniging gevaarlijk voor de gezondheid van mensen.

Mensen kunnen via de grond, het grondwater, de lucht of planten en dieren die zij eten in contact komen met de gevaarlijke stoffen.

Gelukkig zijn autobedrijven in Nederland op de goede weg. Zij vormen zelfs een voorbeeld voor veel andere branches. Vloeistofdichte of vloeistofkerende vloeren en bestrating zijn wettelijk verplicht. Dit voorkomt dat gevaarlijke stoffen in de bodem terecht kunnen komen.

Olie komt uit de grond, dus kunnen we het er ook weer in laten lopen.



Bodemverontreiniging: TIPS voor autodealers en -bedrijven

Gebruik een vloeistofdichte vloer en bestrating

De volgende ruimtes moeten volgens de wet een vloeistofdichte of vloeistofkerende, oliebestendige en onbrandbare vloer hebben: de werkplaats, de wasplaats, de spuitinrichting en de antiroestbehandelingsruimte. Een eventueel pompeiland moet zijn voorzien van vloeistofdichte bestrating. Eventueel mogen gelijkwaardige voorzieningen zijn aangebracht die ervoor zorgen dat er geen vloeistoffen in de bodem of het grondwater terecht kunnen komen. Een vloeistofdichte vloer is een goed verdichte betonvloer met een dikte van 15 cm.

Wanneer dit beton niet goed verdicht is (ongelijke zetting) kan er nog vloeistof weglekken naar de onderliggende bodem. Methodes om een gescheurde of niet goed verdichte vloer vloeistofdicht te krijgen, zijn:

- het coaten van een vloer, waardoor ook stofvorming achterwege blijft;
- het aanbrengen van een kunststof deklaag;
- het aanbrengen van een betonnen deklaag. Hierbij wordt de vloer wel aanmerkelijk dikker;
- het aanbrengen van een bitumenachtige laag. Deze laag is iets flexibeler ten aanzien van zettingen, maar moet wel brandstofbestendig zijn.

Methodes om een vloer bestaande uit stelconplaten vloeistofdicht te krijgen, zijn:

- aanbrengen van een brandstofbestendig folie (HDPE) onder de vloer met opstaande randen langs de funderingsbalken omhoog;
- wanneer de vloer is uitgezakt, kan er een kunststof, beton of bitumenachtige deklaag overheen aangebracht worden;
- de beste oplossing is de vloer te vervangen door een gewapend-betonvloer.

De vloeistofdichte of vloeistofkerende vloer of bestrating zorgt dat er geen vloeistoffen in de bodem of het grondwater terecht kunnen komen. Doordat de bodem niet vervuild wordt, hoeft er geen bodemsanering plaats te vinden.

Investerings: afhankelijk van de maatregel die gekozen wordt en de grootte van het vloeroppervlak. Kosten van een vloeistofdichte vloer starten bij €60,- per m².

Besparing: op eventuele saneringskosten

Bron: www.infomil.nl

5

Wat betekent het energiecertificaat voor uw bedrijf?

Wat is het energiecertificaat?

Het energiecertificaat laat zien hoe energievriendelijk uw bedrijfspand is. Het energiecertificaat kan worden opgesteld als u uw bedrijfspand verkoopt. Zo heeft de nieuwe koper inzicht in het te verwachten energieverbruik van het pand. Ook wordt duidelijk waar er op het gebied van isolatie nog winst valt te behalen. Als u een nieuw bedrijfspand koopt kunt u zelf ook vragen om een energiecertificaat. Het energiecertificaat wordt ook wel het energielabel genoemd.

Is het energiecertificaat verplicht?

Voor eigenaren van woningen is het vanaf 1 januari 2008 verplicht om een energiecertificaat te overhandigen bij verkoop of verhuur van de woning. Voor bedrijfspanden van autodealers en autobedrijven is het ook verplicht een energiecertificaat te overhandigen.

Waar wordt naar gekeken bij beoordeling van het pand?

Bij beoordeling van het pand wordt gekeken naar zaken als:

- * isolatie in muren, daken en vloeren
- * opbouw van de constructie (isolatie en luchtsponwen)
- * installaties zoals verwarming en ventilatie
- * beglazing

Waarom een energiecertificaat?

Door energiebesparende maatregelen in woningen en bedrijfspanden wordt het verbruik van energie teruggedrongen. Dit zorgt voor lagere energiekosten en een vermindering van de CO₂-uitstoot. Door het energieverbruik te verminderen wordt dus gewerkt aan vermindering van het broeikaseffect.

Hoe ziet het energiecertificaat eruit?

Het energiecertificaat ziet er ongeveer hetzelfde uit als het energielabel dat vereist is bij de verkoop van witgoed (wasmachine, wasdroger, koelkast, vriezer, vaatwasser e.d.). Hoe beter het pand is geïsoleerd, hoe lager de energieklassering zal zijn. Hierbij is A de laagste energieklassering (weinig energieverbruik) en G de hoogste (veel energieverbruik).



Wat is de invloed op de waarde van het pand?

In de toekomst zal het energiecertificaat een rol spelen bij de bepaling van de waarde van een woning of bedrijfspand. Hoe beter het pand is geïsoleerd, hoe lager de energielasten zullen zijn en hoe meer het pand dus waard is.

Wie stelt het energiecertificaat op?

Na een onderzoek door een gecertificeerd en onafhankelijk deskundige wordt bepaald in welke categorie het pand hoort. U ontvangt dan een officieel document waarin de energieklassering van het pand is vastgelegd.

U wilt verbouwen?

Grijp de gelegenheid aan en laat onderzoeken hoe u het energieverbruik van uw pand verder kunt terugdringen. Energiebesparende ingrepen kunnen dan meteen in de ontwikkeling van de verbouwplannen worden meegenomen.

6

Welke manieren zijn er om energie te besparen in het autobedrijf?

UIT DE PRAKTIJK

Verkeersinformatiedienst (VID)

Bij de bouw van het kantoor van de VID zijn milieubewuste keuzen gemaakt. Zo slaat een warmtewisselaar in de zomer warmte op in het grondwater om hiermee 's winters het pand te verwarmen. Klimaatbeheersingenverlichting worden alleen geactiveerd wanneer een kamer daadwerkelijk wordt gebruikt. Koelplafonds zorgen voor een plezierig binnenklimaat.

Bron: www.mvonderland.nl

De dagelijkse uitstoot van uw bedrijf bestaat uit giftige gassen, vloeistoffen en afval. Een groot deel van deze uitstoot wordt veroorzaakt door het energieverbruik van uw bedrijf. Wanneer u het energieverbruik van uw bedrijf beperkt, vermindert u de uitstoot van uw bedrijf en zult u zien dat uw energiekosten dalen. Het milieu vaart er wel bij, de leefomgeving wordt gezonder en uw bedrijf profiteert ook: **People, Planet en Profit!**

Wat doet u al goed?

Waarschijnlijk bent u al op de goede weg met het besparen van energie. U doet het licht uit als u een ruimte verlaat, u heeft een papierbak staan en u zet de ramen niet open als de verwarming aan staat. Dit zijn de eerste stapjes op weg naar een gezonde wereld voor mens, bedrijf en milieu.

"Pessimisme is geen optie. Optimisme is moeilijk, maar alleen daarmee kun je winnen." (Wubbo Ockels, hoogleraar Duurzame Technologie)

Wat gaat het u kosten?

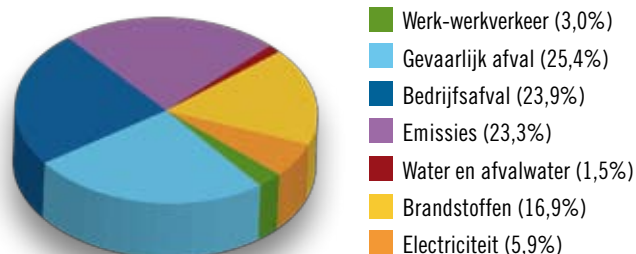
Het energieverbruik van uw bedrijf kan verder teruggebracht worden. Dit levert u geld op. Sommige aanpassingen vragen een (kleine) investering, andere aanpassingen kunt u vandaag al doorvoeren zonder dat het u een cent kost. Wanneer u besluit het energieverbruik van uw bedrijf écht aan te pakken, heeft u vaak te maken met kosten op de korte termijn die u kunt terugverdienen op de langere termijn. Een bewustere omgang met energieverbruik merkt u direct in uw energiekosten.

Hieronder ziet u het energieverbruik van een gemiddelde garage. Hieruit blijkt dat voor een garage de volgende milieuaspecten over het algemeen de meeste milieubelasting opleveren:

- * bedrijfsafval
- * emissies
- * gevaarlijk afval

Daarna volgt het verbruik van aardgas en tenslotte volgen elektriciteit, werkverkeer en water.

Bron: www.milieubarometer.nl



STAP 1: Breng uw energieverbruik en de bronnen van verbruik in kaart

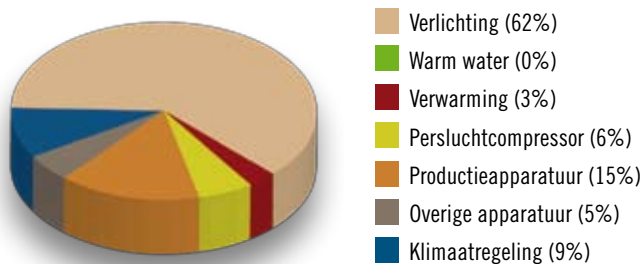
Een eerste stap in het terugbrengen van uw energieverbruik is het in kaart brengen van het verbruik. Om zoveel mogelijk resultaat te boeken is het zaak te weten wat de grootste bronnen van verbruik zijn. Wanneer u dit weet kunt u bewust methoden inzetten om deze bronnen aan te pakken. Om uw energieverbruik in kaart te brengen kunt u bijvoorbeeld gebruikmaken van de online Energiescan voor ondernemers:

Resultaat: Een overzichtelijk rapport van het energieverbruik in uw bedrijf
Een vergelijking met andere bedrijven

Doel: Inzicht in besparingsmogelijkheden voor uw bedrijf

Kosten: Gratis

Waar: www.energiecentrum.nl



STAP 2: Maak een plan van aanpak

Nu u inzichtelijk heeft waar de meeste energie verbruikt wordt binnen uw bedrijf, is het tijd om een plan van aanpak te maken. Wat zijn de doelen die u wilt behalen? Dit kunnen doelen zijn waarmee bedrijfswinst of maatschappelijke winst wordt geboekt. Samen met uw medewerkers denkt u na over mogelijkheden tot energiebesparing voor uw bedrijf.

TIP! Voor het opstellen van een plan kunt u gebruik maken van het [Stappenplan Duurzaam Ondernemen](#) vóór in deze map.

TIP! Betrek uw medewerkers bij het maken van plannen voor energiebesparing en laat hen meedenken. Dit zorgt voor grotere betrokkenheid en dus meer effect.

UIT DE PRAKTIJK

SMART-doelen Energiebesparing

- Specifiek:** Het bedrijf bespaart op verlichting door twee medewerkers de 27 gloeilampen van het bedrijf te laten vervangen door spaarlampen van €€1,40 per stuk.
De kosten bedragen € 307,80 en de loonkosten van de medewerkers.
- Meetbaar:** 70% besparing per jaar.
De investering in spaarlampen is in vier jaar terugverdiend.
- Acceptabel:** Alle medewerkers steunen het plan; er zijn twee medewerkers die de lampen willen vervangen.
- Realistisch:** Er is een ladder voor de lampen die hoog hangen.
Er is budget voor het kopen van 27 spaarlampen.
Er zijn twee medewerkers die tijd beschikbaar hebben om de lampen te kopen en te vervangen.
De twee medewerkers zullen op donderdag, op koopavond, de spaarlampen kopen.
De lampen worden op vrijdag vervangen.
De bedrijfssituatie voldoet aan de voorwaarden voor het vervangen van lampen (voldoende ruimte rond de lampen, een bedrijfstijd van minimaal 1000 uur per jaar).
- Tijdgebonden:** We beginnen op donderdag om 17.00 uur en het is klaar op vrijdag om 16.00 uur voor de vrijdagmiddagborrel.



Energiebesparing:

TIPS voor autodealers en -bedrijven

Op de volgende pagina's vindt u tips voor energiebesparing.

De tips zijn verdeeld in drie groepen:

- A. Hoe kan ik snel energie besparen zonder te investeren?
- B. Welke investeringen zorgen voor snelle energiebesparing?
- C. Welke investeringen zorgen voor energiebesparing op (middel)lange termijn?





Hoe kan ik snel energie besparen zonder te investeren?

Informeer bij uw energiebedrijf naar groene stroom

Groene stroom is opgewekt met duurzame bronnen. Duurzame bronnen zijn bijvoorbeeld windenergie, energie uit plantaardig materiaal en zonne-energie. Bij het gebruik van groene stroom wordt minder CO₂ uitgestoten dan bij het gebruik van 'gewone' stroom. Dit vertraagt de toename van het broeikaseffect.



Schakel de ventilatie na het gebruik van ruimten uit

Spreek met uw personeel af dat zij de ventilatie uitschakelen als zij een werkruimte verlaten.

Investing: nihil
Besparing: 2-8%
Terugverdientijd: 0 jaar

Stel de ventilatie goed af

Zorg ervoor dat u een ruimte niet te veel (droge lucht), maar zeker niet te weinig (vochtproblemen) ventileert. De juiste afstelling is belangrijk bij mechanische ventilatie. Ook bij natuurlijke ventilatie is het belangrijk om tijdig een raam open te zetten.

Investing: nihil
Besparing: 2-4%
Terugverdientijd: 0 jaar

Schakel verlichting in ongebruikte ruimtes uit

Het aantal uren dat verlichting brandt en het niveau waarop, is bepalend voor het uiteindelijke energiegebruik. Er zijn verschillende manieren om het aantal branduren en de lichtintensiteit te verminderen. De verlichting in (delen van) ruimten die niet worden gebruikt, moet lager of uit worden geschakeld. Vooral keukens, toiletten, kantines en opslagruimten verdienen de aandacht. Er moeten wel schakelmogelijkheden zijn.

Investerings: nihil
Besparing: 20-40%
Terugverdientijd: 0 jaar

Verlaag de ruimtetemperatuur

Welke temperatuur is geschikt voor het gebouw? Elke graad lager levert een besparing van circa 6% op. Het beste is om uit te proberen wat de juiste temperatuur is en een klachtenboek bij te houden. Zo is het mogelijk de juiste temperatuur in te stellen en (bijna) iedereen tevreden te stellen.

Investerings: nihil
Besparing: 5-10%
Terugverdientijd: 0 jaar

Houd de toegangsdeur dicht

Via een toegangsdeur gaat veel warmte en dus energie verloren, vooral als deze de hele dag openstaat. Terwijl in de winter onnodig warmte verloren gaat, geldt voor de zomer (als er gebruik wordt gemaakt van airconditioning) het tegenovergestelde. Beperk het energieverlies door de toegangsdeur niet open te laten staan.

Investerings: nihil
Besparing: -
Terugverdientijd: 0 jaar



Verlaag de werkdruk van de compressor

Hoe lager de werkdruk, hoe minder energie de compressor gebruikt om lucht te comprimeren. Voor veel toepassingen is een werkdruk van vijf bar voldoende. Probeer uit wat de optimale werkdruk is; stel de werkdruk steeds iets lager in, totdat de grens is bereikt.

Investerings: nihil
Besparing: 1-3%
Terugverdientijd: 0 jaar

Zorg dat de airconditioning goed staat afgesteld

In de zomer bepaalt het temperatuurverschil tussen binnen en buiten het energieverbruik van de airconditioning, en niet het absolute niveau van de binnentemperatuur. Zorg dat het verschil tussen de binnen- en buitentemperatuur niet groter is dan 5 °C. Een groter verschil zorgt voor een stijging van het energieverbruik. Bovendien ervaren mensen een groter verschil over het algemeen ook als onprettig. Kijk kritisch naar de hoogte van de ingestelde temperatuur op uw thermostaat. Als deze bijvoorbeeld wordt ingesteld op 21 °C in plaats van 20 °C, levert dat een energiebesparing van 6% op. Er hoeft dan namelijk minder gekoeld te worden. Houd in een gekoelde ruimte ramen en deuren zoveel mogelijk dicht. Als er warme buitenlucht binnenkomt, doet die het effect van de koeling volledig teniet.

Investering: nihil
Besparing: 6% per °C
Terugverdientijd: 0 jaar



Zet energiebeheer van desktop en beeldscherm aan

Door energiebeheer op uw computer in te stellen bespaart u veel elektriciteit en geld. Een screensaver spaart geen energie, maar kost juist energie. Het instellen van energiebeheer is eenvoudig. Iedere gebruiker kan dat zelf doen. Soms is er software nodig voor het instellen van energiebeheer. Die software is te downloaden via internet.

Investering: nihil
Besparing: tot 60%
Terugverdientijd: 0 jaar

Breng een regeling voor ventilatie-hoeveelheid aan

Het gasverbruik voor de opwarming van ventilatielucht loopt gelijk op met de hoeveelheid toegevoerde en afgevoerde lucht. Aanpassing van de hoeveelheden naar behoefte, levert 's winters een gasbesparing op. De behoefte kan gemeten worden door sensoren (CO₂, stof) of op basis van ervaring worden vastgesteld (inschakelmomenten apparatuur, pauzes, e.d.).

Investering: nihil
Besparing: 0-50%
Terugverdientijd: 0 jaar

Schakel een compressor die niet wordt gebruikt uit

Een compressor die niet wordt gebruikt, maar wel stand-by staat, schakelt meestal regelmatig aan om het compressorvat op druk te houden. Ook als er geen afname van perslucht is, zorgen minuscule lekkages toch voor drukverlies. Een compressor die niet wordt gebruikt kan daarom beter worden uitgeschakeld.

Investering: nihil
Besparing: 1-3%
Terugverdientijd: 2-4 jaar



Welke investeringen zorgen voor snelle energiebesparing?

Controleer leidingen regelmatig op lekkage

Kleine lekkages in de persluchtleiding kunnen het elektriciteitsverbruik fors verhogen. Controleer het leidingnet daarom regelmatig op lekkages. Metingen hebben aangetoond dat compressorinstallaties met een capaciteit van 500 m³ per uur een gemiddeld lekverlies van 8% hebben. Bij installaties tot 1.000 m³ per uur is dat zelfs 12%. Dit zijn gemiddelden, geen maxima; lekverliezen van 30% zijn niet uitzonderlijk. U kunt het energieverlies verminderen door lekkages op te sporen. Controleer slangen, koppelingen en afsluiters op veroudering, inwendige aantasting, roest en slijtage. Verwijder agressief en roestbevorderend oliewater, vuilemulsie en vuil. Verlaag de relatieve vochtigheid van de perslucht zodanig dat er geen aantasting en roestvorming plaatsvindt en er geen schurende roestdeeltjes in het systeem terechtkomen. Een lek met een diameter van 1 mm zorgt bij een werkdruk van 7 bar voor een extra energiegebruik van

1.000 kWh per jaar. Dit kost u €€50,-. Bij 3 mm is dat €€0.500,- kWh en bij 5 mm gaat het om 30.000 kWh. Dit kost u respectievelijk maar liefst € 1.500,- en €€4.500,-.

Investering: offerte

Besparing: 0-6%

Terugverdientijd: 0 jaar

Breng een contactschakelaar op de hefbrugverlichting aan

Onder de hefbrug is verlichting aanwezig. Als de hefbrug in zijn laagste stand staat is deze verlichting niet nodig. Het is heel eenvoudig om een contactschakelaar te monteren waardoor de hefbrugverlichting wordt uitgeschakeld als de hefbrug in zijn laagste stand staat.

Investering: enkele tientallen euro's

Besparing: varieert

Terugverdientijd: 1 á 2 jaar





Welke investeringen zorgen voor energiebesparing op (middel)lange termijn?

Benut de afvalwarmte van de persluchtcompressoren

Bij het comprimeren van lucht wordt ruim 90% van de toegevoerde energie omgezet in warmte. Een groot deel van deze warmte kan worden gebruikt om proces- of reinigingswater voor te verwarmen of om ruimten te verwarmen. Voorwaarde is dat hieraan behoefte is op het moment dat de compressor draait. Als al warmteterugwinning op andere installaties wordt toegepast, kan deze maatregel overbodig worden. Een warmteterugwinningssysteem voor een persluchtinstallatie van 30 kW kost ca. € 1.500,-.

Investering: offerte
Besparing: 1-3%
Terugverdientijd: 1-5 jaar

Isoleer de verwarmingsleidingen

Dankzij isolatie van warmteleidingen en bijhorende afsluiters, kleppen, ventielen en warmtemeters, daalt het energieverlies tijdens het transport van warmtebron naar afgiftepunt. De lengte van de leidingen en het aantal afsluiters, kleppen, ventielen en warmtemeters bepalen de isolatiemogelijkheden. De energiebesparingen en de benodigde investeringen zijn afhankelijk van het soort isolatie en de lengte van het leidingnet.

Investering: €0,- tot €25,-/m
Besparing: 2-6%
Terugverdientijd: 1-4 jaar

Optimaliseer de regeling van de verwarmingsinstallatie

Een tijd klok van een cv-regeling schakelt de installatie vaak in ruim voordat de gebruikers het gebouw betreden. Als dit onafhankelijk van de buitentemperatuur gebeurt, is het gebouw in het najaar en het voorjaar vaak te vroeg warm. Een optimaliseringsmodule

houdt de stooktijd zo kort mogelijk, door rekening te houden met de buitentemperatuur. Hierdoor is het gebouw altijd op het gewenste tijdstip op temperatuur. De optimaliseringsmodule bespaart energie zonder het comfort aan te tasten. In sommige bestaande weersafhankelijke regelingen kunt u een optimaliseringsmodule laten inbouwen, waardoor de investering laag is. In andere gevallen zult u een nieuwe weersafhankelijke regeling met optimalisering moeten kopen. De investeringen lopen hierdoor uiteen van €75,- tot €500,- excl. btw en montagekosten. Een optimaliseringsmodule bespaart 15 tot 30% op de jaarlijkse stookkosten.

Investering: €75,- tot €500,-
Besparing: 15-30%
Terugverdientijd: 4-8 jaar





Gebruik een aanwezigheidsafhankelijke schakeling voor verlichting

Verlichting kan automatisch ingeschakeld worden bij nadering van mensen. Dit gebeurt door een bewegingsschakelaar of infraroodaanwezigheidssensoren. Ook het uitschakelen bij afwezigheid van mensen wordt hierdoor geregeld.

Investing: € 20,- tot €100,- per stuk

Besparing: 5-20%

Terugverdientijd: 1-4 jaar

Pas een daglichtafhankelijke schakeling toe op de verlichting

In verlichte ruimtes met ramen of daklichten kunt u lichtgroepen uitschakelen als het buiten licht wordt. Het beste is om al bij het verlichtingsplan rekening te houden met een energiezuinige groepsindeling. Rijen lichten die evenwijdig staan met raampartijen of daklichtstroken kunt u met maar een paar schemerschakelaars automatisch uitschakelen als er genoeg buitenlicht binnenkomt.

Investing: € 150,- per stuk

Besparing: 10-40%

Terugverdientijd: 1-10 jaar

Pas infrarood-stralingsverwarming toe in werkplaatsen of bedrijfshallen

Met infraroodstralers kunt u met minder energie toch een behaaglijke temperatuur creëren voor de werknemers.

Investing: € 50,- /kW

Besparing: 10-30%

Terugverdientijd: 2-7 jaar

Als je twee bomen plant heb je nog geen bos.
Duurzame innovatie heeft jaren nodig.

Plaats reflectoren achter open TL-lampen

Oude tl-balken (montagebalken) hebben vaak geen reflector. Daardoor gaat er veel licht verloren. Als u een reflector achter de bestaande balk plaatst, stijgt de lichtopbrengst met ongeveer 50%.

Investering: € 20,- tot € 50,- per stuk

Besparing: 50%

Terugverdientijd: 1-3 jaar

Verbeter tochtvallen of breng kierdichting aan

Spleten en kieren vindt u vaak bij buitendeuren, openslaande ramen en doorvoeringen van leidingen naar buiten. Vooral in de winter verdwijnt veel warmte door deze spleten en kieren. De tocht die hierdoor ontstaat leidt vaak tot klachten. Deze warmteverliezen zijn in veel gevallen gemakkelijk te verhelpen. Bijvoorbeeld door deurrubbers, porschuim of kit.

Investering: € 5,- tot € 10,- /m

Besparing: 1-2%

Terugverdientijd: 2-5 jaar

Vervang gloeilampen door spaarlampen

Een spaarlamp gebruikt 60 tot 70% minder elektriciteit dan een gloeilamp bij een gelijke lichtopbrengst. Vervanging is alleen mogelijk als er voldoende ruimte rond de lamp is (een spaarlamp is iets groter dan een gloeilamp). Spaarlampen zijn relatief duur, maar vervanging is al rendabel bij een bedrijfstijd van minimaal 1.000 uur per jaar. Een ander voordeel is dat spaarlampen veel langer meegaan.

Investering: € 4,- tot € 12,- per stuk

Besparing: 60-80%

Terugverdientijd: 1-4 jaar

Vervang gewone TL-verlichting door hoogfrequente TL-verlichting

Gewone tl-verlichting kunt u vervangen door hf- (hoogfrequent) tl-verlichting, voorzien van elektronische voorschakelapparaten. De energiebesparing bij toepassing van hf-verlichting is minimaal 20% en kan oplopen tot 60%. Hf-verlichting gaat 50% langer mee (12.000 in plaats van 8.000 uur), wat gunstig is voor de vervangingskosten.

Investering: € 20,- tot € 100,- per stuk

Besparing: 5-40%

Terugverdientijd: 2-5 jaar

Laat uw verwarmingsketel periodiek onderhouden

Een vervuilde en onjuist afgestelde ketel heeft een lager rendement dan een schone en goed afgestelde ketel. Periodiek onderhoud voorkomt dat het omzettingsrendement van de ketels steeds lager wordt.

Investering: offerte

Besparing: 4%

Terugverdientijd: -

Bron: www.energiecentrum.nl en www.mvotipsopmaat.hbd.nl



2. Communicatie

Inleiding

Uw bedrijf is een (startende) duurzame onderneming en zet zich actief in voor mens en/of milieu. Natuurlijk bent u trots op wat uw bedrijf doet. Door deze trots uit te dragen naar externe partijen die belangrijk zijn voor uw bedrijf, verbetert u het imago van uw bedrijf.

Omdat duurzaamheid begint op de werkvloer zijn de medewerkers vanaf het begin betrokken bij de duurzame activiteiten van uw onderneming. U ziet dit ook terug in het Stappenplan Duurzaam Ondernemen aan het begin van deze map. Omdat uw medewerkers intensief betrokken zijn bij de duurzame stappen die uw bedrijf zet, zijn zij niet als doelgroep meegenomen onder het tabblad 'Duurzaam communiceren'.

Wat vindt u onder dit tabblad?

Onder dit tabblad leest u hoe u over uw duurzame onderneming kunt communiceren met externe partijen, zoals klanten en uw bank. Wij helpen u een antwoord te formuleren op de vragen:

1. Aan wie gaat u vertellen wat uw bedrijf doet op het gebied van duurzaamheid?
2. Hoe stelt u een communicatieplan op?
3. Hoe brengt u de verwachtingen van de klant in kaart?

[Voorbeeld enquête klanttevredenheid](#)

4. Hoe ziet uw duurzame huisstijl eruit?

[Voorbeeld duurzame huisstijl](#)

5. Via welke middelen kunt u uw duurzame boodschap communiceren?

[Voorbeeld duurzaam jaarverslag](#) / [duurzaam bedrijfsplan](#)



Wat bergt u op onder het tabblad 'Communicatie'?

Voeg onder het tabblad 'Communicatie' in deze map middelen toe die u gebruikt om te communiceren over duurzaamheid. Zo houdt u overzicht én heeft u alle informatie bij de hand als u de Duurzaam Ondernemen Scan af laat nemen door een adviseur van het IvDM.

Wat kunt u bijvoorbeeld onder het tabblad Communicatie opbergen?

- * Folders, flyers en/of brochures
- * Vergaderagenda
- * Teksten van de website
- * Krantenartikelen van maatschappelijke activiteiten die het bedrijf onderneemt
- * Jaarverslagen
- * Bedrijfsplannen
- * Maatschappelijke of duurzaamheidsverslagen
- * Nieuwsbrieven
- * Vacatureteksten
- * Advertenties
- * Foto's van duurzame acties

1

Aan wie gaat u vertellen wat uw bedrijf doet op het gebied van duurzaamheid?

Welke doelgroepen kiest u?

De eerste groep waar u als autodealer of onafhankelijk autobedrijf aan denkt zijn natuurlijk uw klanten. Het is belangrijk dat uw klanten een goed beeld hebben van het bedrijf en op de hoogte zijn van wat u biedt waar het gaat om duurzaamheid. Er zijn echter nog veel meer externe doelgroepen te bedenken die interessant zijn om te informeren. Hieronder ziet u de doelgroepen waar u in uw communicatie naar externen aan kunt denken.

Hoe stemt u uw communicatie af op een doelgroep?

Deze doelgroepen hebben hun eigen belangen, interesses en verwachtingen. Om te zorgen dat de juiste mensen uw boodschap zien, horen en begrijpen is de boodschap afgestemd op de doelgroep die u wilt bereiken. Is uw boodschap bestemd voor klanten uit de wijk of door heel Nederland? Wilt u leveranciers, collega-bedrijven of uw bank bereiken? Iedere doelgroep heeft een eigen aanpak nodig.



Leef u in in de doelgroep en bedenk hoe en waarover u graag geïnformeerd zou willen worden. Wat vindt de doelgroep belangrijk in een autobedrijf? Waar heeft de doelgroep belang bij? Wat maakt de doelgroep enthousiast? Welke verwachtingen heeft de doelgroep van uw bedrijf? Een goede manier om de belangen, interesses en verwachtingen van de verschillende doelgroepen in kaart te brengen is door hiernaar te informeren bij de doelgroepen zelf.

Voorbeelden van informatie die u kunt achterhalen bij uw doelgroepen zijn:

- * Wat verwachten klanten van uw bedrijf op het gebied van duurzaamheid?
- * Welke voorwaarden stelt uw bank?
- * Welke belangen heeft de buurt bij uw bedrijf?



Verderop vindt u meer informatie over hoe u de verwachtingen van de klant in kaart kan brengen.

Met duurzaam ondernemen moet je beginnen om te winnen.

UIT DE PRAKTIJK

Autobedrijf Schippers

Fred Schippers van Autobedrijf Schippers is sinds 2008 bewust bezig met duurzaam ondernemen. In dit hoofdstuk over communicatie laat hij zien hoe hij de communicatie van zijn bedrijf heeft afgestemd op het nieuwe karakter van zijn bedrijf.

“Met duurzaam ondernemen moet je beginnen om te winnen. Ik wil vooroplopen in de branche. Daarom investeer ik nu in mijn bedrijf. Het is vanzelfsprekend dat we dit ook laten zien aan onze klanten. Van hen krijgen we veel waardering voor onze manier van werken.”



2 Hoe stelt u een communicatieplan op?

Op basis van de verwachtingen, belangen en interesses van uw doelgroep en de activiteit die uw bedrijf onderneemt, of gaat ondernemen, stelt u vervolgens een communicatieplan op. Het opstellen van een communicatieplan maakt dat u een eigen visie ontwikkelt op de communicatie van uw bedrijf. Een communicatieplan zorgt voor een logische samenhang in de communicatie-uitingen. Verder zorgt een communicatieplan dat communicatie effectiever verloopt en uw boodschap beter aankomt bij en doordringt tot uw doelgroep.

In een communicatieplan staat:

1. Het communicatiedoel

Het communicatiedoel beschrijft wat u wilt bereiken. Wat wilt u veranderen? Wilt u mensen informeren, motiveren of overtuigen? U beschrijft de boodschap die u wilt communiceren. Een communicatiedoel wordt altijd geformuleerd als een verandering van kennis, houding of gedrag:

De klanten weten dat ...	(kennis)
De klanten zijn bereid tot ...	(houding)
De klanten doen ...	(gedrag)

Bijvoorbeeld: 'De klanten doen mee aan de actie Het Nieuwe Rijden.'

2. De kernboodschap

De kernboodschap bevat de essentie van de inhoud die u wilt communiceren. In een aantal steekwoorden geeft u weer welke informatie de doelgroep moet krijgen om het communicatiedoel te bereiken.

Bijvoorbeeld: 'Autobedrijf Schippers is een groen bedrijf dat zich graag inzet voor het milieu.'

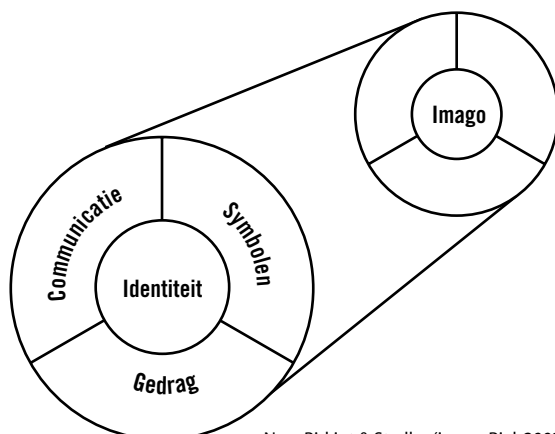
Een scherpe slogan kan de kernboodschap versterken. Een goede slogan trekt de aandacht, is kort, creatief en doelgericht.

Bijvoorbeeld: 'Duurzaam moet je doen', of 'Samen voor een betere wereld'.

3. De identiteit

De identiteit is een beschrijving van wat u als bedrijf uit wilt dragen. Welke associaties of emoties wilt u dat uw bedrijf bij mensen oproept? Een bedrijf heeft invloed op de eigen identiteit door aanpassingen te doen in het gedrag, de communicatie en de symbolen die het bedrijf gebruikt. De identiteit is de persoonlijkheid van het bedrijf en bestaat uit de missie, structuur en cultuur. Een bedrijf kan via de identiteit invloed uitoefenen op het imago van het bedrijf. Het imago is het beeld dat klanten hebben van het bedrijf. Wat voor identiteit wilt u als bedrijf uitstralen? Hoe wilt u dat mensen uw bedrijf zien?

Bijvoorbeeld: 'Autobedrijf Schippers wil graag geassocieerd worden met 'groen' en 'milieu'.



Naar Birkigt & Stadler (in van Riel, 2003)

4. De doelgroep

Beschrijf nauwkeurig op welke doelgroep uw communicatie gericht is. Wat voor mensen bevinden zich in de doelgroep? Wat is hun voorkennis of wat voor mening hebben zij al over het onderwerp? Hoe beter u de doelgroep kent, hoe gericht de communicatie kan zijn. Benoem daarom ook eventuele deelgroepen binnen de grotere doelgroep. Hoe persoonlijker er met de doelgroep gecommuniceerd wordt, hoe beter u de interesse van uw doelgroep wekt en hoe groter het effect van de communicatie is.

Dus niet: 'Deze uitnodiging geldt voor alle klanten van Autobedrijf Schippers', maar 'Deze uitnodiging geldt voor klanten die het afgelopen halfjaar gebruik hebben gemaakt van de wasstraatsservice van Autobedrijf Schippers'.

De verwachtingen van uw doelgroep kunt u op verschillende manieren in kaart brengen. In de volgende paragraaf leest u hier meer over.

5. De huisstijl

Een huisstijl zorgt ervoor dat uw boodschap herkenbaar is voor de doelgroep. Verderop leest u meer over het opstellen van een huisstijl.

6. De communicatiemiddelen

Welke communicatiemiddelen u in gaat zetten om uw boodschap aan de doelgroep over te brengen. Hierbij wordt een afweging gemaakt tussen effectiviteit, kosten en tijd. Door meerdere middelen in te zetten wordt het effect vergroot, omdat mensen van verschillende kanten informatie ontvangen. Door zoveel mogelijk gebruik te maken van bestaande communicatiemiddelen bespaart u kosten.

Voorbeelden van communicatiemiddelen zijn: advertenties in regionale kranten, meldingen op de website, nieuwsbrieven, radiospotjes, posters, folders in de showroom, jaarverslagen en berichten in de nieuwsbrief.

7. De planning

Op welke momenten wilt u communiceren over welke duurzame activiteiten? U kunt ervoor kiezen om alleen de eindresultaten te communiceren. Uw doelgroep kan het echter ook interessant vinden om de vorderingen te horen van activiteiten. Zo kunnen zij eventueel nog input leveren en meedenken. Bedenk dat de ontwikkeling van bepaalde middelen veel tijd kost. Een folder is over het algemeen niet in anderhalve week geschreven, opgemaakt en gedrukt. Neem ook in de planning op wie wat doet.

8. De kosten

Communiceren kost tijd en geld. Neem daarom in uw communicatieplan op hoeveel tijd en budget u beschikbaar stelt. Houd rekening met onvoorziene kosten, kosten voor onderhoud van de communicatiemiddelen (bijv. bij website), voor verspreiding (bijv. bij brieven) en personeelskosten.

9. De effectmeting

Hier beschrijft u hoe u gaat meten of uw communicatie-uitingen effect hebben gehad. U kunt kiezen aan het einde van een activiteit te evalueren, of u kunt tussentijds evalueren. Ga na bij uw doelgroep hoeveel mensen de boodschap ontvangen/gezien hebben. Vraag wat zij ervan vonden en wat zij zich nog herinneren van de boodschap. Zo merkt u wat er bij de doelgroep is blijven 'hangen'. U kunt het effect ook meten door te controleren of er meer gebruik wordt gemaakt van een bepaalde dienst of dat er meer behoefte is aan een product.

3 Hoe brengt u de verwachtingen van de klant in kaart?

Klanten zijn een belangrijke externe partij voor uw bedrijf. Het is daarom belangrijk te weten wat zij verwachten van uw bedrijf. Natuurlijk heeft u een beeld van de verwachtingen van uw klantengroep. Door dit beeld te blijven toetsen zorgt u dat u blijft aansluiten bij de klant.

Voordat u informatie in gaat winnen zet u op een rijtje wat u precies te weten wilt komen. Als u bijvoorbeeld wilt weten wat uw klanten verwachten van uw bedrijf op het gebied van duurzaamheid kunt u de volgende vragen stellen:

- * Wat vinden klanten belangrijk bij uw bedrijf?
- * Wat verwachten klanten van uw bedrijf?
- * Wat vinden klanten van duurzaam ondernemen?
- * Vinden klanten het belangrijk dat uw bedrijf duurzaam onderneemt?
- * Welke ideeën hebben klanten over hoe duurzaam ondernemen eruit ziet?
- * Welke duurzame activiteiten waarderen klanten?

Hoe kunt u de klant zijn mening vragen?

Er zijn verschillende manieren om deze informatie in te winnen bij klanten. Dit kan bijvoorbeeld door middel van een gesprek, een klantenenquête of een klantenpanel. Hieronder leest u hoe u deze methoden effectief in kunt zetten.

1 Gesprek

U kunt alle klanten aan de receptie, in de werkplaats of in de showroom vragen wat zij denken van bovenstaande vragen. Het voordeel hiervan is dat klanten voelen dat u echt geïnteresseerd bent, omdat u hen persoonlijk benadert.

- + Het voordeel van deze manier is dat het weinig geld kost.
- Het nadeel is dat het in verhouding met andere manieren veel tijd kost. Ook is het mogelijk dat sommige klanten niet hun echte mening durven te geven in een gesprek.

TIPS:

- * Vraag de klant of u hem een paar vragen mag stellen over duurzaamheid. Geef hierbij aan hoe lang het zal gaan duren. Vertel de klant waarom u de vragen wilt stellen en wat u met de informatie gaat doen.
- * Stel open vragen, zodat u een uitgebreid en ongestuurd antwoord krijgt. Open vragen beginnen met hoe, wat, wie, wanneer en waarom. Bijvoorbeeld: "Wat verwacht u van een autobedrijf op het gebied van duurzaamheid?" Gesloten vragen kunnen worden beantwoord met 'ja' of 'nee'. Bijvoorbeeld: "Vindt u duurzaamheid belangrijk?"
- * Stel niet meer dan één vraag tegelijk. Dus niet: "Vindt u ook dat duurzaamheid belangrijk is of vindt u van niet en waarom vindt u dat?"

2 Klantenenquête

Veel bedrijven nemen bij hun klanten een enquête af na aanschaf van een auto of het laten uitvoeren van een reparatie of onderhoud. Als u de mening van klanten over duurzaamheid wilt weten is het handig om aan te sluiten bij een enquête die u al heeft. Zo hoeven mensen maar één enquête in te vullen.

Schriftelijke enquête aan de balie

- + Het voordeel een enquête aan de balie in laten vullen is dat bijna alle klanten het doen. U krijgt dus veel reacties.
- Een nadeel kan zijn dat sommige klanten hun echte mening niet in durven te vullen, omdat ze denken dat hun antwoorden meteen gelezen worden.

TIPS:

- * Maak de enquête niet te lang.
- * Maak niet één lange rij met vragen, maar verdeel de vragen in onderwerpen. Zorg voor een logische volgorde en een overzichtelijke vormgeving.
- * Klanten vinden het prettig om op een 10-puntsschaal aan te geven hoe belangrijk ze iets vinden. Bijvoorbeeld: "Hoe belangrijk vindt u het dat een autobedrijf zich inzet voor een beter milieu op een schaal van 1 (totaal niet belangrijk) tot 10 (heel belangrijk)?"

Schriftelijke enquête via e-mail of post

- + Het voordeel van enquêtes die via de e-mail of post worden gestuurd is dat klanten eerder hun mening geven.
- Het nadeel is dat lang niet alle klanten de moeite zullen nemen om de enquête in te vullen en terug te sturen. Vaak vullen alleen klanten die óf heel tevreden óf heel ontevreden zijn de enquête in. De resultaten zeggen dan dus niet veel over de mening van de gemiddelde klant. Een ander nadeel is dat de resultaten van de papieren

enquêtes nog verwerkt moeten worden. Wanneer u een digitale enquête laat ontwikkelen, worden de resultaten van het onderzoek automatisch verwerkt. Een manier om klanten te motiveren de enquête ingevuld terug te sturen is door een (duurzaam) cadeau te verloten onder alle klanten die de enquête terugsturen.

In de bijlage vindt u een voorbeeld van een klantenenquête.

TIPS:

- * Vraag de klant in een begeleidende brief of hij een enquête in wil vullen. Geef hierbij aan hoe lang het zal gaan duren. Zet in de brief ook waarom u de vragen wilt stellen en wat u met de informatie gaat doen.

Telefonisch

- + Een enquête afnemen via de telefoon is een snelle manier om klanten om hun mening te vragen.
- Veel klanten vinden het echter vervelend om rond etenstijd een onverwacht telefoontje te krijgen. Vertel de klanten daarom bijvoorbeeld bij het afhalen van de auto dat ze een telefoontje kunnen verwachten.

U kunt uw eigen medewerkers laten bellen of een callcenter inschakelen.

TIPS:

- * Zeg de klant uw naam en de naam van het bedrijf namens welke u belt. Vraag de klant of u gelegen belt. Als dat niet zo is, vraagt u wanneer u terug mag bellen. Als u gelegen belt, vraagt u de klant of u een paar vragen mag stellen over duurzaamheid. Geef hierbij aan hoelang het zal gaan duren. Vertel de klant waarom u de vragen wilt stellen en wat u met de informatie gaat doen.

3 Klantenpanel

Sommige bedrijven organiseren jaarlijks een klantenpanel. Hiervoor nodigen zij verschillende klanten uit om aan hen hun mening te vragen over verschillende zaken die spelen in en om het bedrijf.

- + Een klantenpanel is een goede manier om klanten te betrekken bij het bedrijf en aan te sluiten bij hun verwachtingen en behoeften. De klanten zorgen dat het bedrijf scherp blijft. Voor het bedrijf is het een goede gelegenheid om wat aan klantenbinding te doen.
- Een valkuil kan zijn alleen de 'grote' klanten uit te nodigen voor een klantenpanel. Hierdoor ontstaat het gevaar dat het bedrijf alleen afstemt met de grote klanten en niet met de 'kleinere' klanten. Dit kan voorkomen worden door bijvoorbeeld uit alle klanten van één jaar een willekeurige aantal klanten te kiezen. Een heleboel kleine klanten kunnen bij elkaar namelijk meer geld in het laatje brengen dan één of twee grote klanten.

TIPS:

- * Stuur klanten na afloop een verslag van de bijeenkomst en koppel na verloop van tijd terug wat u gedaan heeft met de uitkomsten. Hierdoor voelen de klanten dat u werkelijk waarde hecht aan hun mening en ideeën.
- * Tijdens een klantenpanel stelt u zich kwetsbaar op. Niet alle meningen en ideeën zullen aansluiten bij die van u. Wees hierop voorbereid en ontvang de inbreng op een open, neutrale manier.



U kunt de manier waarop uw bedrijf de mening en verwachtingen van klanten peilt (bijv. met een enquête) toevoegen onder het tabblad 'Communicatie'.



In bijlage 1 vindt u een voorbeeld van een klantenquête.

4

Hoe ziet uw huisstijl eruit?

Hoe stelt u een huisstijl op?

Uw duurzame boodschap is effectief en pakkend als deze kort en direct herkenbaar is. Maak daarom gebruik van een huisstijl. Een huisstijl is de visuele identiteit van een bedrijf. Hieronder vallen: kleuren, lettertype, opmaak, een slogan, korte tekst en een logo. De combinatie van deze zaken roept direct een associatie op met uw bedrijf en/of een emotie of een onderwerp, zoals duurzaamheid.

Een huisstijl kan ook kernwoorden bevatten. Kernwoorden vatten in één woord de boodschap samen die uw bedrijf wil uitdragen. Kies maximaal drie kernwoorden die u in al uw communicatie terug laat komen. Als u meer kernwoorden kiest verliezen zij hun herkenbaarheid. Voorbeelden van kernwoorden zijn: betrokkenheid, mensen, innovatie, groen, duurzaam en samen.

Voorwaarden voor een goede huisstijl zijn:

- * Zorg dat uw boodschap er overal hetzelfde uitziet.
- * De huisstijl past bij uw doelgroep.
- * De huisstijl wordt gebruikt in alle uitingen van het bedrijf.



U kunt de duurzame boodschap en de afspraken omtrent de (duurzame) huisstijl van uw bedrijf toevoegen onder het tabblad 'Communicatie'.

Autobedrijf Schippers

Uit enquêtes die Autobedrijf Schippers heeft afgenomen onder klanten blijkt dat zij het belangrijk vinden dat het bedrijf activiteiten organiseert die bijdragen aan een beter milieu. Uit gesprekken met leveranciers en de bank blijkt dat ook zij denken dat inzet voor het milieu voordelen op kan leveren voor het bedrijf. Ook de medewerkers en de ondernemer, Fred Schippers, zetten zich graag in voor een beter milieu.

De medewerkers en Fred Schippers hebben veel ideeën om nog op andere manieren aan een beter milieu te gaan werken. Zij gaan daarom meteen met het Stappenplan Duurzaam Ondernemen (vooraan in deze map) aan de slag.

Fred Schippers besluit een huisstijl op te stellen die hij zal gebruiken in al zijn communicatie over zijn duurzame onderneming. Hiervoor stelt hij richtlijnen op die zorgen dat zijn communicatie over duurzaamheid visueel herkenbaar is.

- * Als herkenbaar duurzaamheidslogo kiest Autobedrijf Schippers voor een groene bol.
- * Het duurzame logo van het bedrijf wordt rechtsboven in een document geplaatst.
- * Het lettertype dat gekozen wordt is 'Calibri' lettergrootte 11.
- * De boodschap wordt omrandt met een dikke stippellijn.
- * Autobedrijf Schippers kiest voor de kernwoorden 'groen bedrijf' en 'milieu'.
- * Het bedrijf kiest voor de slogan: 'Zo zetten wij ons in voor een beter milieu'.

Fred Schippers stelt met zijn medewerkers onderstaande communicatieboodschap op. Deze boodschap wordt door Autobedrijf Schippers op de website gezet, in folders, in het jaarverslag en in de vacatures van het bedrijf.

Voorbeeld duurzame communicatieboodschap en huisstijl van 'Autobedrijf Schippers



Schippers

Autobedrijf Schippers is een groen bedrijf.

WIJ ZETTEN ONS GRAAG IN VOOR HET MILIEU

Dit doen wij op verschillende manieren. Onze medewerkers met 'groene vingers' denken actief mee over nieuwe manieren om te werken aan: energiebesparing, afvalbeperking en -verwerking, het voorkomen van bodemverontreiniging en waterbesparing.

Autobedrijf Schippers werkt bijvoorbeeld aan energiebesparing door spaarlampen op te hangen in de showroom. Ook zijn er bewegingssensoren geïnstalleerd, waardoor de lichten automatisch uitgaan als een ruimte niet gebruikt wordt. Tot slot doen wij de lampen in de showroom bij de ramen alleen aan op donkere dagen.

ZO ZETTEN WIJ ONS IN VOOR EEN BETER MILIEU

5 Via welke middelen kunt u uw duurzame boodschap communiceren?

Uw duurzame identiteit kan overal in uw bedrijf terugkomen. Hoe vaker uw doelgroepen hiermee in contact komen, hoe groter de kans dat uw boodschap overkomt.

Middelen om uw duurzame boodschap te communiceren:

- op de website
- op het briefpapier
- in de nieuwsbrief
- in uw jaarverslagen
- in de showroom
- in het bedrijfsplan
- in de werkplaats
- in de kantine
- op de factuur
- in de visie missie en strategie van uw bedrijf
- in radiospotjes
- op de agenda voor vergaderingen
- in vacatureteksten
- in activiteiten die uw bedrijf organiseert
- in advertenties
- in het evaluatieformulier voor klanten
- in folders en brochures
- op auto's

Doordat uw boodschap overal terug te zien en te horen is kunnen mensen er niet omheen. Zo wordt het een vast onderdeel van de identiteit van uw bedrijf.

Hieronder worden enkele voorbeelden uitgewerkt van communicatiemiddelen:

1. Duurzaamheid in de showroom: maak duurzaamheid zichtbaar in het bedrijf
2. Joint Promotions: gezamenlijke communicatie met een (ontwikkelings-)organisatie
3. Plannen op papier: jaarverslagen, bedrijfsplannen en maatschappelijk- of duurzaamheidsverslagen

1. Hoe kunt u duurzaamheid presenteren in de showroom?

In het bedrijf is de boodschap in overeenstemming met wat mensen zien. Als u uitdraagt een 'groen' bedrijf te zijn ziet de klant bij binnenkomst spaarlampen, bewegingssensoren en gescheiden afvalbakken. U kunt uw boodschap bijvoorbeeld in uw bedrijf uitdragen door foto's van wijkactiviteiten op te hangen in de showroom. Ook kunt u het kunstwerk dat gemaakt is als bedankje neerzetten op de balie. De tekeningen van uw duurzame pand hangen voor iedereen zichtbaar aan de muur.

2. Wat zijn voordelen van Joint Promotions?

Één manier om over duurzaamheid te communiceren is door middel van Joint Promotions. Het bedrijf verbindt zich dan tijdelijk aan een (ontwikkelings-) organisatie of een goed doel. Samen genereert u publiciteit, aandacht en sympathie.

Aandachtspunten bij Joint Promotions zijn:

1. Kies een goed doel dat aansluit bij uw bedrijf
2. Maak een originele keuze, zodat uw bedrijf beter naar voren komt
3. Kies een goed doel dat betrouwbaar is en een goede reputatie heeft
4. Kijk of u kunt samenwerken met een goed doel dat uw netwerk kan versterken
5. Let erop dat plannen voor marketing horen te komen van beide partijen

Een voorbeeld van effectieve Joint Promotions

Een biermerk kocht drie jaar lang één vierkante meter regenwoud aan per verkocht krat bier. De actie veroorzaakte een enorme hype. De verkoopcijfers braken alle records. Er ontstond een ware run op het merk en dit stelde het Goede Doel in staat bijna drie miljoen(!) vierkante meter regenwoud aan te kopen.

Doelstelling biermerk: beter imago en betere verkoopresultaten

Doelstelling Goede Doel: aankoop regenwoud

(www.fairsales.nl)

3. Hoe neemt u duurzaamheid op in bedrijfsverslagen en -plannen?

Natuurlijk bestaat communicatie niet alleen uit flitsende folders of acties. Communicatie kan ook een wat serieuzer karakter hebben. Het is bijvoorbeeld ook belangrijk om het onderwerp duurzaamheid terug te laten komen in:

1. Jaarverslagen
2. Bedrijfsplannen
3. Maatschappelijk- of duurzaamheidsverslagen

Door duurzaamheid op te nemen in deze plannen en verslagen wordt het een vast onderdeel van uw bedrijf. Duurzaamheid hoort er dan echt bij. Ook wordt duurzaam ondernemen zo inzichtelijk. Met duurzaamheid in uw jaarverslag kunt u bovendien verantwoording afleggen aan uw doelgroepen.



In bijlage 2 en 3 vindt u voorbeelden van een jaarverslag en een bedrijfsplan.

3.1. Hoe neemt u duurzaamheid op in uw jaarverslag?

In uw jaarverslag kunt u de zes thema's van duurzaam ondernemen behandelen. U kunt bijvoorbeeld een hoofdstuk 'Duurzaam ondernemen' maken, waaronder u de zes thema's als paragrafen opneemt.

De zes thema's van duurzaam ondernemen zijn:

1. Bedrijfsvoering
2. Communicatie
3. Financiën
4. Inkoop
5. Personeel
6. Verkoop

Welke vragen worden beantwoordt in een jaarverslag?

- * Wat hebben we bereikt?
- * Waar lag de focus?
- * Is voldaan aan de verwachtingen van de doelgroepen?
- * Zijn we tevreden met de resultaten?
- * Wat ging goed, wat kan beter?
- * Wat nemen we mee voor komend jaar?

Wat zijn interessante cijfers voor een duurzaam jaarverslag?

Bij succesvolle duurzame organisaties zijn alle zes de thema's met elkaar in balans. Probeer zoveel mogelijk cijfers op te nemen, omdat deze goed inzicht geven in de voortgang.

Voorbeelden van interessante cijfers zijn:

1. Bedrijfsvoering
 - Besparing in energie, afval en water
 - Balans en winst- en verliesrekening (een duurzaam bedrijf heeft gezonde cijfers)
2. Communicatie
 - Aantal communicatiemiddelen over duurzaam ondernemen
3. Financiën
 - Percentage van financiën in groen geld
4. Inkoop
 - Percentage inkoop duurzame producten
5. Personeel
 - Ziekteverzuimcijfers
 - Resultaten medewerkerstevredenheidsonderzoek
 - Aantal medewerkers dat scholing heeft gevolgd
 - Aantal medewerkers in achterstandsgroepen
6. Verkoop
 - Percentage verkoop duurzame producten
 - Resultaten klanttevredenheidsonderzoek

Wat kunt u nog meer bespreken in uw duurzame jaarverslag?

- Reacties en verwachtingen van klanten en andere doelgroepen.
- Het aantal medewerkers dat vrijwillig en actief meewerkt en meedenkt aan en over duurzaam ondernemen.
- Bedrijfscultuur: welke cultuur zie je terug in het bedrijf? Is er bijvoorbeeld een verandering in verantwoordelijkheid, bewustzijn, initiatief nemen, creativiteit of enthousiasme bij medewerkers te zien op het gebied van duurzaamheid of in het algemeen? Wat levert dit op? Hoe komt dit?



U kunt het jaarverslag van uw bedrijf toevoegen in deze map.



In bijlage 2 vindt u een voorbeeld van een duurzaam jaarverslag.

3.2. Hoe neemt u duurzaamheid op in uw bedrijfsplan?

In een bedrijfsplan staat wat u in uw bedrijf wilt bereiken en hoe u het wilt bereiken. Met het jaarverslag van afgelopen jaar heeft u inzicht in de stand van zaken wat betreft duurzaamheid in uw bedrijf. Dit jaarverslag kunt u dus gebruiken voor het opstellen van het bedrijfsplan voor komend jaar.

Het bedrijfsplan zorgt ervoor dat duidelijk is wat er gedaan moet worden en dat de duurzame doelen behaald worden. Een duurzaam bedrijfsplan is belangrijk voor het imago van het bedrijf en zorgt voor duidelijkheid voor medewerkers en externe partijen.

U kunt duurzaamheid opnemen in uw bedrijfsplan door een hoofdstuk 'Duurzaam Ondernemen' toe te voegen, waaronder onderstaande zes paragrafen vallen, met ieder hun eigen doelen.

Op welke vragen kunt u in uw bedrijfsplan antwoord geven?

- * Hoe is de stand van zaken op het gebied van duurzaamheid op dit moment?
- * Wat kan ik van vorig jaar leren?
- * Ben ik tevreden over de rol van duurzaamheid in het bedrijf?
- * Voldoe ik nu aan de verwachtingen van de doelgroepen of moet er nog wat veranderen?
- * Waarop wil ik komend jaar inzetten?
- * Waar leg ik de focus?
- * Hoe ga ik de doelen van dit jaar bereiken?
- * Wat verwacht ik van de medewerkers?



U kunt het bedrijfsplan van uw bedrijf toevoegen in deze map.



In bijlage 3 vindt u een voorbeeld van een duurzaam bedrijfsplan.



Schippers

Autobedrijf Schippers Enquête Klanttevredenheid

Geachte heer/mevrouw,

Onlangs heeft u onze vestiging bezocht en gebruik gemaakt van onze diensten. Wij vragen u deze enquête in te vullen, zodat wij onze service kunnen verbeteren. Het invullen van deze enquête neemt ongeveer 5 minuten in beslag.

Met vriendelijke groet,
Autobedrijf Schippers

Graag het gewenste antwoord omcirkelen.
Indien gewenst kunt u uw antwoord toelichten onder de vraag.

1 = nee, helemaal niet / 2 = matig / 3 = neutraal / 4 = voldoende / 5 = ja, helemaal

- | | |
|--|--------------------|
| 1. Bent u tevreden over de houding van de medewerkers? | 1 2 3 4 5 / n.v.t. |
| 2. Bent u tevreden over de service? | 1 2 3 4 5 / n.v.t. |
| 3. Bent u tevreden over de uitstraling van het bedrijf? | 1 2 3 4 5 / n.v.t. |
| 4. Indien u een klacht had, bent u tevreden over de afhandeling van uw klacht? | 1 2 3 4 5 / n.v.t. |
| 5. Werd u vervangend vervoer aangeboden? | 1 2 3 4 5 / n.v.t. |
| 6. Is vooraf een prijsopgaaf gedaan? | 1 2 3 4 5 / n.v.t. |
| 7. Bent u op tijd op de hoogte gebracht van extra werkzaamheden en kosten? | 1 2 3 4 5 / n.v.t. |
| 8. Heeft u voldoende uitleg over de werkzaamheden gekregen? | 1 2 3 4 5 / n.v.t. |
| 9. Zijn de werkzaamheden naar tevredenheid uitgevoerd? | 1 2 3 4 5 / n.v.t. |
| 10. Werd uw auto schoon afgeleverd? | 1 2 3 4 5 / n.v.t. |
| 11. Zou u ons bij anderen aanbevelen? | 1 2 3 4 5 / n.v.t. |

Z.O.Z



Schippers

Autobedrijf Schippers Enquête Klanttevredenheid

Autobedrijf Schippers werkt aan duurzaamheid. Een duurzame onderneming houdt rekening met mens en milieu. Duurzaam ondernemen wordt ook wel duurzame innovatie, betrokken ondernemen of maatschappelijk verantwoord ondernemen genoemd.

Voorbeelden van duurzaam ondernemen zijn: energie besparen, ondernemers in ontwikkelingslanden helpen, producten gebruiken en verkopen met minimale belasting voor mens en milieu, medewerkers groei- en ontwikkelmogelijkheden bieden, afval scheiden, water besparen en buurtactiviteiten steunen.

12. Vindt u het belangrijk dat autobedrijven duurzaam ondernemen? Ja / Nee

13. Als autobedrijven vergelijkbaar zijn, gaat u dan liever naar een duurzaam bedrijf dan naar een niet duurzaam bedrijf? Ja / Nee

14. Welke twee duurzame activiteiten vindt u het belangrijkste voor Autobedrijf Schippers om te organiseren?

- ☐ energie besparen
- ☐ ondernemers in ontwikkelingslanden helpen
- ☐ producten gebruiken en verkopen met minimale belasting voor mens en milieu
- ☐ medewerkers groei- en ontwikkelmogelijkheden bieden
- ☐ afval scheiden
- ☐ water besparen
- ☐ buurtactiviteiten steunen
- ☐ anders, namelijk...

Waarom vindt u dat?

16. Overige opmerkingen:

Dit is het einde van de enquête. Hartelijk dank voor uw tijd.



Autobedrijf Schippers Jaarverslag 2009

Bedrijfsvoering

In 2009 heeft Autobedrijf Schippers een onderzoek gehouden onder klanten, werknemers en andere stakeholders om te kijken hoe zij duurzaamheid zagen in het bedrijf. De stakeholders gaven aan dat zij het zouden waarderen als Autobedrijf Schippers zich in zou zetten voor een beter milieu. Ook zien zij op dit gebied voordelen voor het bedrijf in de toekomst, omdat het bedrijf voor kan lopen op de wetgeving, het ten goede komt van het imago van het bedrijf en omdat het wellicht mogelijk is om zo subsidiebronnen aan te boren.

Op basis van het onderzoek is aan alle medewerkers gevraagd wie plaats zou willen nemen in een werkgroep 'Milieu'. Hiervoor meldden vier enthousiaste medewerkers zich vrijwillig aan. Samen met de medewerkers werd bepaald welke middelen en hoeveel tijd zij tot hun beschikking hadden. Op internet is de Duurzaam Ondernemen Scan afgenomen om te kijken waar de sterke punten en verbeterpunten in het bedrijf liggen.

De werkgroep 'Milieu' ging meteen aan de slag en kwam op het idee te werken aan energiebesparing door alle lampen in het bedrijf te vervangen door spaarlampen. Dit plan is voorgelegd aan enkele stakeholders. Ook zij vonden het een goed idee. Het plan paste binnen het toegewezen budget en is uitgevoerd. Verder wordt er beter gelet op het gebruik van energie.

Autobedrijf Schippers is tevreden over de spaarlampenactie van de werkgroep 'Milieu'. Door middel van een investering die in de toekomst kan worden terugverdiend, wordt energie bespaard. Er is in een half jaar 60% energie bespaard op verlichting. Bovendien zijn de stakeholders tevreden. Wat beter kan is dat niet alleen de werkgroep 'Milieu' en de ondernemer, Fred Schippers, betrokken zijn bij het plan, maar ook de andere medewerkers. Zij waren niet geïnformeerd over de voortgang en de ideeën van de werkgroep. Hierdoor waren zij niet zo betrokken bij het plan en letten zij minder goed op het verbruik van energie.

Volgend jaar wordt er opnieuw een werkgroep 'Milieu' gevormd. Er worden dan nieuwe plannen gemaakt en uitgevoerd. Volgend jaar wordt extra aandacht besteed aan de communicatie met medewerkers die niet in de werkgroep 'Milieu' zitten.



Autobedrijf Schippers Bedrijfsplan 2010

Duurzaam ondernemen

Autobedrijf Schippers is een groen bedrijf. Wij zetten ons graag in voor het milieu. Dit doen wij op verschillende manieren.

1. Bedrijfsvoering

Wij dragen bij aan een beter milieu door energie te besparen. We werken op dit moment aan energiebesparing met spaarlampen in de showroom. In 2011 worden bewegingssensoren geïnstalleerd, waardoor de lichten automatisch uit gaan als een ruimte niet gebruikt wordt. Daarnaast zullen wij vanaf 2011 werken aan een beter milieu door over te stappen op Groene Stroom.

2. Communicatie

Wij hechten veel belang aan goede communicatie met klanten en stakeholders. In 2011 wordt daarom extra aandacht gegeven aan de voorlichting van klanten over duurzame producten, zoals hybride's en stille en zuinige banden. Ook wordt iedere koper van een nieuwe auto een gratis training 'Het Nieuwe Rijden' aangeboden. Door middel van meldingen op de website, folders en op facturen worden de stakeholders geïnformeerd over de activiteiten die het bedrijf onderneemt op het gebied van duurzaamheid.

3. Financiën

Wij beseffen dat het noodzakelijk is om in duurzaamheid te investeren. Bij het doen van investeringen wordt ernaar gestreefd de investering in de toekomst minimaal terug te verdienen. Daarom wordt 20% van de huidige beleggingen ondergebracht in groenfondsen. Verder wordt 2% van de jaaromzet geïnvesteerd in duurzaamheid. Deze financiële middelen zullen worden gebruikt voor de aanschaf van energiebesparende middelen, duurzame inkoop en voor investeringen in het personeel.

4. Inkoop

Op dit moment wordt in het bedrijf gebruik gemaakt van regulier chloorgebleekt papier. In 2010 zal 75% van het gebruikte papier bestaan uit het minder milieubelastend niet chloorgebleekt kringlooppapier. Daarnaast koopt het bedrijf voortaan fairtrade koffie in. Dit is koffie die met eerlijke handel tot stand is gekomen. Dit betekent dat de boeren en bewerkers van de koffie een eerlijk loon hebben gekregen en onder goede arbeidsomstandigheden werken.



Autobedrijf Schippers Bedrijfsplan 2010

5. Personeel

De medewerkers zijn de spil van het bedrijf. Zij denken en werken actief mee aan duurzaamheid in het bedrijf. Wij zorgen daarom ook in 2010 voor een prettige werksfeer en groei- en ontwikkelmogelijkheden. Er wordt in 2010 voor het eerst gewerkt met een beoordelingscyclus. Aan het begin van het jaar worden met iedere medewerker doelen opgesteld. Afhankelijk van het bereiken van deze doelen wordt eind 2010 een bonus uitgereikt. Verder beschikt iedere medewerker over een persoonlijk opleidingsbudget van €1.200. Net als vorig jaar is er een jaarlijks bedrijfsuitje, een Sinterklaasavond en vieren we de verjaardagen.

6. Verkoop

In 2010 nemen wij stille en zuinige banden op in het assortiment. Deze banden worden actief onder de aandacht gebracht bij klanten door hen te attenderen op de voordelen van deze banden.

Zo zetten wij ons in voor een beter milieu.

3. Financiën

Inleiding

Bij groen sparen en beleggen leent de bank uw geld tegen een lage rente uit aan groene projecten, zoals windmolens, energiezuinige tuinbouwkassen, duurzame gebouwen en biologische landbouw. Het rendement is beperkt, maar wordt deels gecompenseerd door een fiscaal voordeel van 2,5% over het vermogen.

Groen sparen en beleggen heeft de laatste jaren een enorme groei doorgemaakt. Dit bevestigt dat consumenten steeds vaker kiezen voor duurzaamheid. Ook bij bedrijven dringt het door dat verder gekeken moet worden dan de omzet en winst op korte termijn. Een lange termijnvisie op financieel beleid en betrokkenheid bij de maatschappij en het milieu zijn voor bedrijven steeds belangrijker. Hierin wordt balans gezocht tussen de drie P's: People, Planet en Profit.

Groen sparen en beleggen levert winst op voor bedrijf en milieu.

Wat vindt u onder dit tabblad?

Onder dit tabblad leest u hoe u uw geld groen kan maken en daarmee een bijdrage kan leveren aan duurzaamheid in de wereld. U vindt antwoord op de volgende vragen:

1. Wat is groen sparen en beleggen en wat zijn de voordelen?
2. Welke subsidiemogelijkheden zijn er voor mens en milieu?



Wat bergt u op onder het tabblad 'Financiën'?

Voeg onder het tabblad 'Financiën' in deze map zelf informatie toe over groen sparen en beleggen, en over subsidies voor mens en milieu. Zo houdt u zelf overzicht én heeft u alle informatie bij de hand als u de Duurzaam Ondernemen Scan af laat nemen door een adviseur van het IvDM.

1

Wat is groen geld en wat zijn de voordelen?

Wat is groen sparen?

Bij groen sparen koopt u bij uw bank groen waardepapier. Dit wordt ook wel groenobligatie, groencertificaat of groenbankbrief genoemd. Ze hebben vaak een vaste waarde, looptijd en rente. Als de looptijd voorbij is wordt de gehele inleg terugbetaald.

Wat is groen beleggen?

Groen beleggen staat voor: investeren in bedrijven die voldoen aan bepaalde duurzaamheidscriteria. Als u groen belegt koopt u aandelen in een groen beleggingsfonds, ook wel groenfonds genoemd. Groenfonds investeren in door de overheid goedgekeurde milieuprojecten, zoals windmolenparken en duurzame bedrijfspanden. Door groen te beleggen koopt u een stukje van een duurzaam bedrijf of van meerdere duurzame bedrijven. Dat kan via de bank, maar ook direct via de beurs.

Particuliere beleggers vinden duurzaam beleggen vooral fiscaal interessant (44%), ethisch verantwoord (43%) of noemen de bijdrage aan het milieu als reden (36%). Duurzaam beleggen is daarmee inmiddels een booming business.

(Duurzaam Geld Gids, 2008)

Waar kunt u groen sparen of beleggen?

Groen sparen of beleggen kunt u bij bijna alle grote financiële instellingen.

Aanbieders zijn: ABN AMRO, ASN Bank, Fortis, ING, Rabobank en de Triodos Bank.

Informeer voor meer informatie over duurzaam sparen en beleggen bij de bank.

Wat is duurzaam beleggen?

De begrippen duurzaam en groen beleggen worden vaak verward. Het verschil is dat duurzaam beleggen gebeurt via duurzame fondsen in beursgenoteerde ondernemingen en staatsobligaties. Deze worden door de Belastingdienst net zo behandeld als andere beleggingen. Het rendement is vergelijkbaar met dat van andere beleggingsfondsen. Groen beleggen gebeurt in groenfonds. Het rendement is relatief laag. Om dit te compenseren krijgt de belegger van de overheid een belastingvoordeel. Het voordeel van het beleggen in duurzame ondernemingen is dat deze vaak beter presteren, omdat ze al voldoen aan nieuwe milieueisen en regelgeving en omdat ze hun organisatie op orde hebben.

Wat is een groene hypotheek?

Bij een groene hypotheek leent u geld voor een periode van 10 jaar tegen een rente die ongeveer 1 procent onder de marktrente ligt. U krijgt alleen een groene hypotheek als er een groenverklaring is afgegeven voor de bouw of renovatie van uw woning.

Wat zijn microkredieten?

U kunt collega-ondernemers in ontwikkelingslanden helpen door te beleggen in microkredieten. Microkredieten zijn kleine leningen van vaak maximaal €100,- die verstrekt worden aan ondernemers in ontwikkelingslanden. Het microkrediet gebruiken zij om te investeren in de aanschaf van een pand of bedrijfsmiddelen. Een startende winkelier kan van het microkrediet, bijvoorbeeld een winkeltje en een weegschaal kopen.

Ook voor het beleggen in microkredieten kent de Belastingdienst voordelen. Beleggingsfondsen die in microkredieten investeren worden 'sociaal-ethische fondsen' genoemd. Er zijn in 2009 vier erkende fondsen:

- * Triodos Fair Share Fund van de Triodos Bank
- * ASN Novib Fonds van de ASN Bank
- * Oikocredit Nederland Fonds
- * Stichting NOTS Investments

Waarom is groen beleggen en beleggen in microkredieten fiscaal aantrekkelijk?

Groene beleggingen en ook de zogenaamde sociaal-ethische beleggingen vallen sinds 1 januari 2001 onder de regeling 'maatschappelijke beleggingen' van box drie van de inkomstenbelasting. Hiervoor geldt een vrijstelling.

Daarnaast wordt in box 3 een heffingskorting verleend van een percentage van de gemiddelde waarde van de vrijgestelde maatschappelijke belegging.

Het vrijstellingsbedrag geldt voor het totale bezit in dergelijke beleggingen. Voor de duurzame beleggingsfondsen is er geen fiscale stimulans. Deze fondsen beleggen immers in reguliere bedrijven.

Wat is groen lenen?

Wanneer u een financiering nodig hebt voor een project dat goed is voor natuur en milieu, kunt u goedkoop geld lenen bij banken met een groenfonds. U moet hiervoor wel aan een aantal voorwaarden voldoen. De rente ligt vaak ongeveer één procent lager dan gebruikelijk.

TIPS!

U kunt ook deelproducten afnemen bij een groene bank, zoals het onderbrengen van spaarloon.

2 Welke subsidiemogelijkheden zijn er voor mens en milieu?

Welke subsidiemogelijkheden zijn er op het gebied van duurzaam ondernemen?

Wanneer u in of met uw bedrijf op het gebied van duurzaamheid iets wilt betekenen is het interessant om te onderzoeken waar subsidiemogelijkheden liggen. Hieronder vindt u daarom een overzicht van verschillende subsidiemogelijkheden op het gebied van mens en milieu.

Dit overzicht geeft u een idee te van de mogelijkheden die er zijn op het gebied van subsidies. Er vinden vaak veel veranderingen plaats binnen subsidieregelingen. Het is dus mogelijk dat niet alle subsidieregelingen hieronder staan of dat sommige subsidieregelingen niet langer van kracht zijn. Bij iedere subsidieregeling verwijzen wij u daarom naar een website of organisatie die u meer informatie kan geven over de verschillende subsidies.

Milieu

1. **Duurzame mobiliteit: hybride en elektrisch rijden**
Subsidie voor ondernemers die investeren in voertuigen met elektromotor met batterij of plug-in hybride batterij met oplaadpunt buiten het voertuig.
2. **Energie Investeringsaftrek (EIA-regeling)**
Subsidie voor investering in duurzame gebouw-, en apparatuur, processen, transportmiddelen en energie.
3. **Energielabel Auto's**
Korting voor klant op aankoopbelasting afhankelijk van energielabel. www.energielabel.nl.
4. **Milieu-investeringsaftrek (MIA)**
Stimulering voor investering in milieuvriendelijke apparatuur.

5. Sloopregeling

Subsidie voor de klant om aanschaf moderne personen- of bestelauto en sloop oudere auto te stimuleren. www.nationalesloopregeling.nl.

6. Subsidieregeling Retrofit Lichte voertuigen (SRP)

Subsidie voor personen en bestelauto's die worden uitgerust met roetfilter.

7. VAMIL

Stimulering voor marktintroductie milieuvriendelijke bedrijfsmiddelen.



Kijk voor actuele informatie over de subsidies op het gebied van milieu op www.sinternovem.nl

Onderwijs

1. Afdrachtsvermindering onderwijs

Vmindering afdracht loonbelasting en premie voor volksverzekering.

2. Beroepsonderwijs in Bedrijf (BiB)

MKB-bedrijven stimuleren om met onderwijsinstellingen het praktijkleren te vernieuwen (stage / BPV). www.sinternovem.nl.

3. BKS-subsidie (OOMT)

Stimulering deelname branche erkende examens (BKS).

4. Doorstroom in BBL (OOMT)

Bijdrage aan school-/boekengeld.

5. ESF-subsidie (OOMT)

Subsidie bij deelname RPT-trainingen en EVC-trajecten.

6. **EVC-subsidie (OOMT)**

Subsidie deelname EVC-trajecten (ervaringscertificaat).

7. **Instroom in BBL (OOMT)**

Premie voor behoud BPV-plaatsen.

8. **RPT-subsidie (OOMT)**

Bijdrage deelname RPT-training.

9. **Stimuleringsmaatregelen EVC**

EVC en ervaringsprofielen bij dreigend ontslag.

10. **Subsidie Leermeesterbegeleiding (OOMT)**

Subsidie op leermeesterbegeleiding (Compass).

11. **Subsidie Leermeestertraining (OOMT)**

Premie deelname leermeestertraining.

12. **Uitbreiding afdrachtsvermindering onderwijs (WVA)**

Verruiming WVA-regeling.



Kijk voor actuele informatie over de subsidies op het gebied van onderwijs op www.innovam.nl/maatregelen

Minderheidsgroepen

1. **Compensatieregeling voor loonkosten bij langdurige ziekte oudere werknemers**

Minder financiële risico's bij ziekte en arbeidsongeschiktheid als een oudere medewerker wordt aangenomen.

2. **In dienst nemen van mensen met een structurele beperking**

Voordelen en vergoedingen voor het in dienst nemen van iemand met een ziekte of handicap.

3. **Loonkostensubsidie**

Subsidie om iemand met een uitkering en beperking tot 50 jaar in dienst te nemen.

4. **Participatiebudget**

Financiering van re-integratievoorzieningen, inburgeringsvoorzieningen, educatieopleidingen en combinaties van deze voorzieningen.

5. **Wet investeren in jongeren (WIJ)**

Duurzame arbeidsparticipatie van jongeren in regulier werk.



Kijk voor actuele informatie over de subsidies op het gebied van minderheidsgroepen op www.innovam.nl/maatregelen

(Dreigend) ontslag

1. **Blijfmobiel.nu (OOMT)**

Opvang en begeleiding bij (dreigend) ontslag.

2. **Deeltijd WW**

Regeling om (tijdelijk) onvoldoende werk voor medewerkers te compenseren.

3. **Langer en vaker tijdelijk contract aanbieden**

Plan om jongeren tot 27 jaar gedurende de crisis langer op een tijdelijk contract te laten werken.

4. **Ouderenregeling (OOMT)**

Bijdrage om werknemers vanaf 58 jaar bij dreigend ontslag in dienst te kunnen houden.



Kijk voor actuele informatie over de subsidies op het gebied van (dreigend) ontslag op www.innovam.nl/maatregelen

4. Inkoop

Inleiding

Waar let u op bij de inkoop van producten en diensten? Hoogstwaarschijnlijk op prijs en kwaliteit. U kunt echter ook duurzaamheid gebruiken als criterium bij uw keuze. Bij duurzaam inkopen houdt u niet alleen rekening met prijs en kwaliteit, maar kijkt u ook naar de wijze waarop het product of de dienst tot stand is gekomen.

Vragen die u stelt zijn:

- * Is het product geproduceerd met minimale belasting voor het milieu?
- * Is rekening gehouden met de belangen van de arbeiders?
- * Zijn er producten die in het gebruik energiezuiniger zijn?
- * Hebben mijn leveranciers een visie op duurzaamheid?

Wat vindt u onder dit tabblad?

Onder dit tabblad leest u welke mogelijkheden er zijn om duurzaam in te kopen. U vindt antwoord op onderstaande vragen:

1. Wat levert duurzaam inkopen op?
2. Hoe begint u met duurzaam inkopen?
3. Welke eigenschappen heeft De Nieuwe Band?



Wat vindt u onder dit tabblad?

Voeg onder het tabblad 'Inkoop' zelf de informatie en bewijzen toe die u gebruikt voor duurzame inkoop. Zo houdt u zelf overzicht én heeft u alle informatie bij de hand als u de Duurzaam Ondernemen Scan af laat nemen door een adviseur van het IvDM.

Wat kunt u bijvoorbeeld onder het tabblad 'Inkoop' opbergen?

- * Uw criteria voor duurzame inkoop
- * Afspraken met leveranciers
- * Een overzicht van producten / diensten die u duurzaam inkoopt

1

Wat levert duurzaam inkopen op?

Wanneer u producten inkoopt let u natuurlijk op de prijs. Het loont echter ook om naar andere aspecten te kijken. Zo zijn meer gekwalificeerde leveranciers vaak niet de goedkoopste, maar zij bieden vaak wel een grotere betrouwbaarheid, leveringszekerheid en betere kwaliteit. Aandacht besteden aan deze aspecten van inkoop zorgt voor een verbetering van het eindproduct en een ijzersterke reputatie.

Duurzaam inkopen is een krachtige manier om uw bedrijf in een sociale en milieuverantwoorde richting te sturen. Bij duurzaam inkopen worden milieu- en sociale criteria gehanteerd bij de keuze van leveranciers en producten.

UIT DE PRAKTIJK

De overheid koopt duurzaam in

De rijksoverheid wil vanaf 2010 uitsluitend nog duurzaam inkopen. Gemeenten streven ernaar in 2010 75% van hun inkopen duurzaam te doen. Provincies en waterschappen hebben als doel gesteld dat ze in dat jaar minimaal 50% van hun inkopen duurzaam doen. Doordat de overheid en gemeenten veel producten afnemen bij bedrijven staan bedrijven ook voor een flinke uitdaging. Traditioneel wordt bij inkopen de meeste aandacht besteed aan zaken als prijs, kwaliteit en levertijd. Bij duurzaam inkopen worden milieu- en sociale criteria meegewogen in het inkoopproces. De eisen gelden voor de producten en diensten van een bedrijf.

2 Hoe begint u met duurzaam inkopen?

1. Inventariseer welke eisen u nu stelt aan de producten van uw leveranciers. Wat valt op? Welke criteria zou u nog meer willen stellen aan de producten die u inkoopt? U kunt hierbij letten op milieu- en sociale aspecten. Vindt u het bijvoorbeeld belangrijk dat producten gemaakt zijn zonder onnodige milieubelasting of vindt u het belangrijk dat producten bijdragen aan de ontwikkeling van kansarme gemeenschappen?
2. Welke producten en diensten koopt u nu in? Met welke leveranciers werkt u samen? Waar liggen mogelijkheden voor duurzame inkoop?
3. Ga een gesprek aan met uw leveranciers over de duurzaamheid van hun producten en bedrijfsvoering. Bekijk samen waar kansen liggen voor verbetering (bijv. richting keurmerken of certificering). Leid belangrijke leveranciers bijvoorbeeld rond in uw bedrijf. Vraag of zij willen aansluiten bij uw wensen.
4. Koop producten met een gedegen keurmerk bij bedrijven met een visie op duurzaamheid. U weet dan zeker dat het goed zit.

TIP!

Er zijn zeer veel keurmerken in omloop. Sommige keurmerken worden niet gecontroleerd en hierdoor is niet gegarandeerd dat het product echt aan de criteria van het keurmerk voldoet. Dit maakt het voor u moeilijk het beste product te kiezen. Op www.consuwijzer.nl/keurmerken controleert u daarom de waarde van een keurmerk.

Voorbeelden van keurmerken zijn



Welke producten en diensten kunt u duurzaam inkopen of organiseren?

Stille, zuinige banden	Vloeren
Energie	Verf
Koelkasten	Wasmiddelen
Koffie en the	Huishoudelijke apparaten
Meubilai	Brandblussers
Werkkleding	CV-ketels
Schoonmaakmiddelen	Computers
Voedingsmiddelen	Kopieerapparaten
Bronwater	Vaatwasmiddelen
Kerstpakketten	Kranen
Papier	Toiletten
Wasstraat	Relatiegeschenken
Bedrijfspand (met energiecertificaat)	Kozijnen
Financiële producten (sparen, beleggen, hypotheek)	

3

Welke eigenschappen heeft De Nieuwe Band?

Een voorbeeld van producten die u duurzaam in kunt kopen zijn banden.

Veel klanten denken 'een band is een band' en kiezen bij vervanging voor de goedkoopste optie. Banden zijn tegenwoordig echter een hightech product, waar veel onderscheid in kwaliteit en eigenschappen te maken is.

Via uw bedrijf kunnen klanten kennismaken met de nieuwe generatie banden. Dit is interessant voor hen, omdat De Nieuwe Band het brandstofverbruik vermindert en dus een aantrekkelijke investering is. Attendeer de klant daarom op de mogelijkheden en de voordelen van De Nieuwe Band als de banden aan vervanging toe zijn

Welke eigenschappen heeft De Nieuwe Band?

De Nieuwe Band is een verzamelnaam voor alle autobanden die voldoen aan strenge kwaliteitseisen. De Nieuwe Band is niet een type band van een specifiek merk. Het kan elk type band zijn van iedere fabrikant. De Nieuwe Band is echter altijd veilig, zuinig en stil.

1. Veilig

Een veilige autoband heeft de volgende eigenschappen:

- * Een goede krachtoverdracht
- * Voldoende draagvermogen
- * Geschiktheid voor hoge snelheden
- * Bestand tegen beschadigingen
- * Zelfreinigend vermogen
- * Goed te (de-)monteren
- * Een goede wegligging
- * Goed stuurgedrag

2. Zuinig

Een band is zuinig wanneer deze op spanning is. Dit bespaart brandstof en de band gaat langer mee.

- * De juiste spanning levert een brandstofbesparing van 2-5% op
- * Zo wordt tot €50,- per jaar bespaard
- * Te lage spanning verkort de levensduur van een band met 25%

Bandenspanning: de cijfers

- * 50% van de auto's rijdt met onderspanning
- * De spanning is zo'n 27% te laag
- * Dit kost zo'n 450 miljoen liter extra brandstof
- * De onnodige uitstoot hiervan staat gelijk aan die van 29.000 huishoudens



Ik rijd een auto die past bij mijn persoon.

3. Stil

Waarom willen we stille banden?

We willen graag stille banden, omdat in ons land veel auto's rijden. Geluid is één van de grootste irritaties van Nederlanders. Vooral het rollen van de banden over asfalt maakt veel lawaai. Geluidsschermen houden een deel van het geluid tegen, maar zijn lelijk en duur. Als iedereen op stille banden rijdt, neemt het geluid met de helft af.

Vanaf een snelheid van 50 km per uur is het rolgeluid van de banden harder dan het geluid van de motor.



Wat zijn stille autobanden?

Dankzij een aangepast bandenprofiel en een ander materiaalgebruik maken ze minder geluid. Banden die minimaal 5 decibel minder geluid produceren dan de Europese norm krijgen het label 'Stille banden'.

Hoe werken stille autobanden?

De band wordt stiller door de profilering aan te passen. De winst wordt gemaakt in de opbouw (vaak asymmetrisch), de langsgroeven en zelfs de wangen van de band.



Meer informatie over De Nieuwe Band vindt u op www.kiesdenieuweband.nl.

5. Personeel

Inleiding

Met uw personeelsbeleid werkt u direct aan een onderdeel van duurzaam ondernemen, namelijk People. Maar u werkt ook aan Profit. Goed personeelsbeleid leidt namelijk tot gemotiveerde, tevreden en gezonde medewerkers met een hogere productiviteit, wat leidt tot betere bedrijfsresultaten. Goed personeelsbeleid levert meer op dan het kost en is daarom een goede investering in uw bedrijf.

De kern van goed personeelsbeleid is open het gesprek aangaan met medewerkers om verwachtingen, behoeften en wensen uit te wisselen. Er zijn veel instrumenten beschikbaar om werkgevers en leidinggevenden hierbij te helpen. Voorbeelden van instrumenten zijn: de beoordelingscyclus en persoonlijke- en bedrijfsopleidingsplannen.

In de ideale situatie worden al deze instrumenten gebruikt. Niet ieder bedrijf heeft hier echter de tijd en/of middelen voor. Wanneer dit ook binnen uw bedrijf zo is, houd dan in gedachten dat afstemming met de individuele medewerker het belangrijkste is. Dit betekent dat u op de hoogte bent van de behoeften, wensen en verwachtingen van de medewerker en dat de medewerker weet wat u van hem verwacht. Wanneer u eenmaal per jaar een een-op-eengesprek heeft met een medewerker, heeft dit al een grote meerwaarde. Een valkuil kan zijn dat mensen het gebruik van deze instrumenten als doel gaan zien en niet als middel. Het doel is niet het invullen of het hebben van een (bedrijfs)opleidingsplan of beoordelingsformulier. De instrumenten zijn een middel om met elkaar in gesprek te raken over belangrijke onderwerpen.

Alleen als deze instrumenten gebruikt worden als hulpmiddel om samen het gesprek aan te gaan over de behoeften, wensen en verwachtingen van de medewerker en de leidinggevende bereiken zij hun doel: prettig en gezond werken en een productieve en gemotiveerde medewerker.

Wat vindt u onder dit tabblad?

Onder dit tabblad leest u hoe u als werkgever zorgt voor goed personeelsbeleid. U vindt antwoord op onderstaande vragen:

1. Waarom werken mensen?
2. Welke vormen van medezeggenschap bestaan er?
3. Wat kunt u met de beoordelingscyclus bereiken?

[Voorbeeld planningsformulier](#)

[Voorbeeld functioneringsformulier](#)

[Voorbeeld beoordelingsformulier](#)

4. Welke mogelijkheden voor ontwikkeling en scholing zijn er voor uw bedrijf?

[Voorbeeld persoonlijk opleidingsplan](#)

5. Hoe maakt u gebruik van verschillen tussen medewerkers?
6. Wat kunt u doen om veilig en gezond werken te optimaliseren?



Wat bergt u op onder het tabblad 'Personeel'?

Voeg onder het tabblad 'Personeel' in deze map zelf de documenten en informatie toe die u gebruikt voor uw personeelsbeleid. Zo houdt u zelf overzicht én heeft u alle informatie bij de hand als u de Duurzaam Ondernemen Scan af laat nemen door een adviseur van het IvDM

Wat kunt u bijvoorbeeld onder het tabblad 'Personeel' opbergen?

- * Documentatie over de organisatie van medezeggenschap in uw bedrijf
- * De formulieren van de beoordelingscyclus in uw bedrijf
- * Een beschrijving van het ontwikkel- en scholingsprotocol van uw bedrijf
- * Het format van het persoonlijk- en/of bedrijfsopleidingsplan van uw bedrijf
- * Het diversiteitsplan
- * Uw arbodocumentatie, zoals de Risico Inventarisatie & Evaluatie

1

Waarom werken mensen?

Mensen werken niet alleen voor het geld. Mensen zijn in hun werk niet alleen op zoek naar een inkomen, maar hopen ook andere zaken te vinden, zoals: waardering, sociale contacten, zekerheid, een gezonde en veilige werkomgeving en persoonlijke groei. Als iemand in zijn werk deze vijf voorwaarden vindt dan is de kans groot dat hij een gemotiveerde en gezonde medewerker is.

Hoe heeft u invloed op de motivatie en gezondheid van medewerkers?

Onderstaand schema laat zien hoe u als werkgever invloed kan hebben op de motivatie en gezondheid van uw medewerkers. Deze vijf voorwaarden zijn natuurlijk geen garantie voor gemotiveerde en gezonde medewerkers, omdat factoren buiten het werk ook van invloed zijn.



Wat levert goed personeelsbeleid op?

- * Lager ziekteverzuim
- * Hogere productiviteit
- * Meer betrokkenheid en meedenken
- * Medewerkers blijven langer bij uw bedrijf werken
- * Vacatures worden sneller ingevuld, omdat uw bedrijf een goed imago heeft
- * Hogere klanttevredenheid

Hoe voert u goed personeelsbeleid uit?

Kijk of de vijf voorwaarden voor gemotiveerde en gezonde medewerkers aanwezig zijn. Is het mogelijk bepaalde voorwaarden te versterken? De vijf voorwaarden kunnen op verschillende manieren versterkt worden. Enkele manieren worden onder dit tabblad behandeld:

- * Overleg en medezeggenschap
- * Beoordelingscyclus
- * Ontwikkeling en scholing
- * Omgaan met verschillen tussen groepen medewerkers
- * Ouderenbeleid
- * Veilig en gezond werken

2 Welke vormen van medezeggenschap bestaan er?

Wat zijn de voordelen van medezeggenschap?

Medewerkers zijn iedere dag bezig in het bedrijf en weten daarom vaak goed wat er speelt en waar men tegenaan loopt. Als werkgever is het daarom nuttig medewerkers mee te laten denken over het bedrijf. Vaak komen zij met knelpunten en oplossingen waar u zelf nog niet aan gedacht heeft.

De input van medewerkers draagt bij aan betere bedrijfsresultaten. Bovendien ervaren medewerkers dat hun mening en ideeën serieus worden genomen. Hierdoor zullen ze ook in de toekomst meer mee gaan denken over hoe het bedrijf beter kan presteren.

Bijna driekwart van de bedrijven met minder dan 50 medewerkers kent een vorm van medezeggenschap.

Hoe ziet medezeggenschap eruit?

Medezeggenschap kan georganiseerd zijn in een ondernemingsraad of personeelsvertegenwoordiging. Maar ook werkoverleg, 'open-deurbeleid' en een ideeënbus gelden als medezeggenschap.

Wat zijn de wettelijke regels?

50+ medewerkers

Bedrijven met meer dan 50 medewerkers zijn verplicht een ondernemingsraad in te stellen.

10-50 medewerkers

Bedrijven tot 50 medewerkers kunnen vrijwillig een personeelsvertegenwoordiging oprichten. Een personeelsvertegenwoordiging is verplicht als de meerderheid van de medewerkers het wil. Als er geen personeelsvertegenwoordiging is, dan is de werkgever verplicht om minimaal twee maal per jaar een personeelsvergadering te houden, waarin de gang van zaken van het bedrijf wordt toegelicht.

Wat doet de ondernemingsraad?

De ondernemingsraad (OR) bestaat uit medewerkers die door collega's zijn gekozen. De OR overlegt met de directie en adviseert over het beleid en de personeelsbelangen. De OR informeert andere medewerkers over de stand van zaken van het bedrijf.

De OR overlegt minimaal twee keer per jaar met de werkgever over de gang van zaken in het bedrijf. De werkgever deelt mee met welke zaken hij bezig is en wanneer en hoe de OR in de besluitvorming wordt betrokken. De OR heeft recht op het geven van advies bij besluiten over financiële en bedrijfsorganisatorische zaken. De OR moet instemmen met besluiten over sociale en personeelsaangelegenheden die niet in de CAO geregeld zijn. De OR mag op eigen initiatief voorstellen doen die de werkgever serieus moet onderzoeken. De werkgever heeft de plicht de OR alle informatie te geven die zij nodig heeft.

Hoe begint u een OR?

De OR moet aan allerlei regels voldoen om rechtsgeldig te zijn. Deze regels gebruikt u bij de start van een OR. De regels zijn vastgelegd in de Wet op de ondernemingsraden (WOR). Deze vindt u onder andere op www.overheidenarbeid.nl. Voor ondersteuning bij de start van een OR kunt u terecht bij uw vakbond en scholingsinstituten of adviesbureaus.

Wat doet de personeelsvertegenwoordiging?

De personeelsvertegenwoordiging (PVT) is een kleine ondernemingsraad van minimaal drie medewerkers die gekozen zijn door hun collega's. De PVT behartigt de belangen van de medewerkers in gesprekken met de werkgever. Via de PVT horen medewerkers wat er leeft in het bedrijf. De PVT heeft instemmingsrecht over werktijden en arbeidsomstandigheden. De PVT heeft adviesrecht bij organisatiewijzigingen, zoals een reorganisatie of verhuizing van het bedrijf. PVT-leden mogen onder werktijd vergaderen en het bedrijf betaalt de kosten voor informatiemateriaal of scholing. De PVT heeft wat minder bevoegdheden dan de OR.

Hoe begint u een PVT?

Er zijn drie mogelijkheden om een PVT op te richten:

1. De directie stelt vrijwillig een PVT op.
2. De CAO stelt de PVT verplicht.
3. Er komt een PVT op verzoek van een meerderheid van de medewerkers.

Om een PVT te starten zijn verkiezingen nodig. Suggesties voor regels hiervoor zijn beschreven in de 'Leidraad personeelsvertegenwoordiging' (www.ser.nl).

Wat is een personeelsvergadering?

Een personeelsvergadering is een tweejaarlijks overleg dat verplicht gehouden wordt als er geen OR of PVT is. De werkgever en medewerkers overleggen over onderwerpen die betrekking hebben op het bedrijf. De werkgever informeert de medewerkers, vraagt hen om advies en vraagt hen ideeën naar voren te brengen.

3

Wat kunt u met de beoordelingscyclus bereiken?

Medewerkers vormen het hart van uw bedrijf. Samen met hen werkt u iedere dag aan het succesvolle voortbestaan van uw bedrijf. Maar hoe zorgt u dat u alles uit uw medewerkers haalt wat erin zit? Hoe zorgt u dat uw personeel meegroeit met uw bedrijf? En hoe zorgt u dat uw medewerkers plezierig en gemotiveerd blijven werken? Een instrument dat u hierbij kan helpen is de beoordelingscyclus. De beoordelingscyclus wordt ook wel de prestatieverbeteringscyclus genoemd. Het is een instrument dat zorgt dat medewerkers zich ontwikkelen en dat deze ontwikkeling past bij het bedrijf.

Wat kunt u met de beoordelingscyclus bereiken?

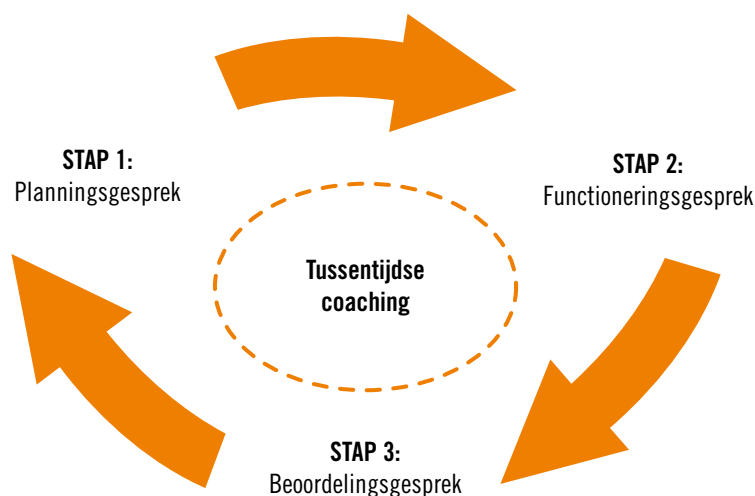
- * Gemotiveerde, prestatiegerichte medewerkers
- * Ontwikkelingskansen voor medewerkers
- * Personeel met up to date kennis en vaardigheden

Meestal duurt de beoordelingscyclus één jaar. Ieder jaar begint de cyclus weer opnieuw.

Uit welke stappen bestaat de beoordelingscyclus?

- * Planningsgesprek: u stelt samen doelen voor de medewerker op
- * Functioneringsgesprek: u bespreekt samen de voortgang in het bereiken van de doelen
- * Beoordelingsgesprek: u geeft uw beoordeling

In de ideale situatie heeft u dus drie maal per jaar een persoonlijk gesprek met een medewerker.



Figuur: Onderdelen van de beoordelingscyclus

STAP 1: Het planningsgesprek

UIT DE PRAKTIJK

Het planningsgesprek is belangrijk, omdat uw personeel zo weet wat er van hen verwacht wordt. Vertel medewerkers wat de doelen van het bedrijf zijn en hoe zij kunnen helpen deze te behalen.

Wanneer: Één keer, aan het begin van het jaar

Wat: U stelt samen met de medewerker doelen op. Deze doelen probeert de medewerker met uw hulp het komende jaar te behalen.

Rollen: Dit gesprek voert u samen. U bent allebei evenveel aan het woord. Uw rol is die van een coach.

Resultaat: Een planningsformulier (zie hierna), waarin de volgende vragen worden beantwoord:

- * Welke prestaties en resultaten worden dit jaar van de medewerker verwacht?
- * Welke houding en wat voor gedrag wordt dit jaar van de werknemer verwacht?
- * Wat moet de medewerker doen om deze doelen te behalen?
- * Hoe helpt de leidinggevende de werknemer bij het behalen van deze doelen

Het planningsgesprek:

Introductie: Waarom hebben we dit gesprek?
Waar wilt u het over hebben?
Waar wil de werknemer het over hebben?

Luister naar de punten die de medewerker heeft voorbereid. Bespreek deze en vertel wat uw ideeën en voorstellen hierbij zijn (zie voorbereiding).

Stel doelen op en leg deze vast in het planningsformulier. Zorg dat u allebei tevreden bent met de afgesproken doelen.

Voorbereiding medewerker:

De medewerker denkt vooraf na over de volgende zaken:

- * Welk werk wil ik blijven doen?
- * Welk werk wil ik vaker doen?
- * Wil ik meer of minder zelfstandigheid of verantwoordelijkheid?
- * Hoe kan ik meehelpen aan het behalen van de doelen van het bedrijf?
- * Wat moet ik leren om het bovenstaande te bereiken?
- * Heb ik ideeën over een betere afstemming van mijn werk en privé (bijv. gezondheid, gezinssituatie of leeftijd)?
- * Ben ik tevreden over mijn leidinggevende?
- * Wat zou ik graag willen veranderen?

Voorbereiding leidinggevende:

- * Plan het gesprek samen met de medewerker of informeer deze minimaal twee weken van te voren. Leg uit wat de bedoeling is van het gesprek en welke voorbereiding u van de medewerker verwacht (zie hiernaast).
- * Welke werkzaamheden en verantwoordelijkheden verwacht u dit jaar van de werknemer?
- * Welke veranderingen in werk zou u uw medewerker willen voorstellen?
- * Verwacht u dat de medewerker zelf voorstellen heeft voor aanpassing van zijn werk? Denk na wat mogelijk zou zijn.
- * Aan welke bedrijfsdoelen wilt u dat de medewerker werkt?
- * Wat doet de werknemer goed? Op welke punten zou de werknemer aan zichzelf kunnen werken?
- * Heeft de werknemer scholing/coaching nodig?
- * Gebruik de functiebeschrijving van de medewerker voor deze vragen.

Welke doelen kunt u gebruiken?

Onderstaande doelen kunt u gebruiken als voorbeelden voor doelen in het planningsgesprek:

Deskundigheid

- * Kennisniveau
- * Beslissingen kunnen nemen
- * Controleren
- * Conclusies trekken
- * Oplossingen bedenken
- * Begrip van zaken

Leidinggevende kwaliteiten

- * Aansturen
- * Overzicht houden
- * Organiseren
- * Taken delegeren
- * Uitleg geven
- * Begeleiden
- * Motiveren

Taakuitoefening

- * Werktempo
- * Productiviteit
- * Kwaliteit van het werk
- * Netheid van werken
- * Georganiseerd werken
- * Zelf werk indelen
- * Op tijd hulp inroepen
- * Kostenbewustzijn

Communicatieve en sociale vaardigheden

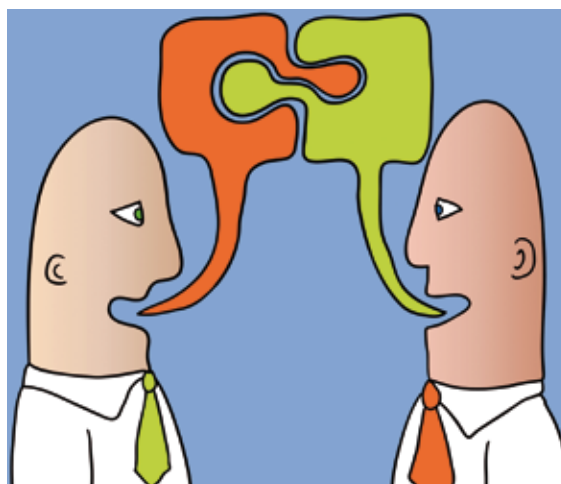
- * Mondeling Nederlands
- * Schriftelijk Nederlands
- * Contact met collega's / samenwerken
- * Contact met leidinggevende(n)
- * Contact met klanten
- * Contact met leerlingen

Persoonlijke kwaliteiten

- * Representativiteit
- * Zelfstandigheid
- * Initiatief nemen
- * Belangstelling
- * Betrokkenheid
- * Inzet
- * Omgaan met veranderingen
- * Verantwoordelijkheid
- * Enthousiasme

TIP!

Formuleer de doelen SMART met behulp van het Stappenplan Duurzaam Ondernemen voor in deze map.



Autobedrijf Zwarts

Frits is 46 jaar oud en werkt al jaren als eerste autotechnicus bij Autobedrijf Zwarts. Hij heeft sinds twee jaar rugklachten, waardoor het werk in de werkplaats eigenlijk te zwaar voor hem is geworden. Hierdoor zit hij vaak ziek thuis.

Samen met zijn leidinggevende heeft Frits gezocht naar een oplossing. Samen hebben zij besloten dat Frits gaat kijken of het hem bevalt om als serviceadviseur bij het bedrijf te werken. Een belangrijk ontwikkelpunt van Frits is hierbij het klantcontact.

In het planningsgesprek stelt Frits met zijn leidinggevende SMART-doelen op voor dit jaar op het gebied van klantcontact.



- Specifiek:** Frits werkt fulltime en zelfstandig als serviceadviseur. Hij adviseert klanten op adequate wijze en behandelt klachten effectief. Hij stelt werkopdrachten op en verzorgt de planning.
- Meetbaar:** Klanten beoordelen de houding van de servicemedewerker op het evaluatieformulier met een gemiddelde van 7 of hoger. De werkopdrachten en planning worden door collega's beoordeeld met een voldoende.
- Acceptabel:** Frits wil zich inzetten voor het doel. Zijn leidinggevende wil hem begeleiden.
- Realistisch:** Frits is een sociale man die anderen graag helpt. Hij is bereidt om te leren. Om hem te helpen zijn doel te behalen gaat Frits een training 'Commerciële en Communicatieve Vaardigheden Aftersales' en een training 'Plannen en Organiseren' volgen. Ook heeft hij maandelijks een begeleidingsgesprek met zijn leidinggevende. De eerste maand zit hij samen met een ervaren serviceadviseur achter de balie.
- Tijdgebonden:** Frits zal vanaf februari drie dagen per week beginnen als serviceadviseur. Als het werk hem bevalt en goed afgaat, werkt hij vanaf mei fulltime als serviceadviseur. In december is het doel behaald.

Planningsformulier Autobedrijf Zwarts

Naam medewerker: Frits Vrolijk
Functie medewerker: Eerste autotechnicus - Serviceadviseur
Naam leidinggevende: Jan Zwarts
Datum gesprek: 12-01-2010

Op dit formulier geeft u, de leidinggevende, samen met de medewerker aan welke doelen de medewerker dit jaar gaat behalen in zijn werk. Bij het opstellen van de doelen kan de functieomschrijving gebruikt worden. Doelen kunnen zich bevinden op het gebied van: deskundigheid, taken, communicatieve en sociale vaardigheden, samenwerking, klantgerichtheid, leidinggevende kwaliteiten of persoonlijke kwaliteiten. Als u het allebei eens bent met de opgestelde doelen ondertekent u beiden het formulier. De medewerker ontvangt een kopie en de leidinggevende bewaart het origineel in het persoonlijk dossier van de medewerker.

1. Welke doelen op werkgebied gaat de medewerker dit jaar behalen? Beschrijf hoe de medewerker dit gaat doen.

1. Vanaf februari werkt Frits drie dagen in de week als serviceadviseur. Vanaf mei werkt hij fulltime zelfstandig als serviceadviseur
2. Frits stelt werkopdrachten op en maakt de planning. Zijn collega's beoordelen dit met een voldoende.

2. Welke doelen op het gebied van houding en gedrag gaat de medewerker dit jaar behalen? Beschrijf hoe de medewerker dit gaat doen.

Frits adviseert klanten op een adequate manier en behandelt klachten effectief. Klanten beoordelen zijn houding met een gemiddelde van 7 of hoger op het evaluatieformulier.

3. Wat moet de medewerker leren om bovenstaande doelen te behalen? Beschrijf hoe de medewerker dit gaat doen.

1. Om de doelen op het gebied van houding en gedrag te halen gaat Frits een training 'Commerciële en Communicatieve Vaardigheden Aftersales' volgen. Ook wordt hij maandelijks begeleid door zijn leidinggevende.
2. Om de doelen 'werkopdrachten opstellen en de planning maken' te halen gaat Frits een training 'Plannen en Organiseren' volgen. Ook leert hij van een ervaren serviceadviseur hoe het moet.

4. Wat gaat de leidinggevende doen om de medewerker te helpen bovenstaande doelen te behalen?

De leidinggevende zorgt dat Frits de eerste maand samenwerkt met een ervaren serviceadviseur en dat hij maandelijks een begeleidingsgesprek met hem heeft. Ook gaat Frits een training 'Commerciële en Communicatieve Vaardigheden Aftersales' en een training 'Plannen en Organiseren' volgen.

Handtekening leidinggevende:

Jan Zwarts
Datum: 13-01-2010

Handtekening medewerker:

Frits Vrolijk
Datum: 12-01-2010

STAP 2: Het functioneringsgesprek

UIT DE PRAKTIJK

In het functioneringsgesprek bespreekt u hoe het gaat met de afspraken die in het planningsgesprek gemaakt zijn. Het gesprek is gericht op nu en de toekomst. Er worden afspraken gemaakt en oplossingen bedacht.

Wanneer: Één keer, halverwege het jaar (mei/juni).

Wat: U bespreekt samen met de medewerker of deze zijn doelen al dan niet gaat behalen en waardoor dat komt.

Rollen: Dit gesprek voert u samen. U bent allebei evenveel aan het woord. Uw rol is die van een coach.

Resultaat: Een functioneringsformulier (zie hierna), waarin de volgende vragen worden beantwoord:

- * Welke doelen gaat de medewerker dit jaar behalen?
- * Waarom worden doelen wel of niet behaald?
- * Wat moet er veranderen om de doelen alsnog te behalen?
- * Wat gaan de medewerker en de leidinggevende doen om de doelen te behalen?

Het functioneringsgesprek:

Introductie: Waarom hebben we dit gesprek?
Waar wilt u het over hebben? Waar wil de medewerker het over hebben?

Hoe vindt de medewerker dat hij het afgelopen half jaar gedaan heeft? Welke doelen zijn wel en niet bereikt? Wat moet nog gebeuren en wat heeft hij hierbij nodig? Vindt de medewerker dat hij voldoende ondersteunt is? Geef daarna uw mening over het functioneren van de medewerker. Vraag ook hoe de medewerker het gesprek vond gaan. Vertel zelf wat u van het gesprek vond.

Voorbereiding medewerker:

- * Ben ik tevreden over mijn werk, de inhoud van mijn werk, de leidinggevende, samenwerking met collega's en mijn verantwoordelijkheden?
- * Wat heb ik nog nodig om mijn doelen te behalen?
- * Zijn er dingen die mij tegenwerken bij het behalen van mijn doelen?
- * Als ik mijn doelen al behaald heb: welke nieuwe doelen wil ik opstellen?
- * Welke dingen zou ik willen veranderen?

Voorbereiding leidinggevende:

- * Plan het gesprek samen met de medewerker of informeer deze minimaal twee weken van tevoren. Leg uit wat de bedoeling is van het gesprek en welke voorbereiding u van de medewerker verwacht (zie hiernaast).
- * Maak voor het gesprek uw beoordeling aan de hand van het plannings- en functioneringsformulier en de functieomschrijving van de medewerker.
- * Bedenk welke consequenties verbonden zijn aan de beoordeling (opleiding, promotie of salaris).

Functioneringsformulier Autobedrijf Zwarts

Naam medewerker: Frits Vrolijk
Functie medewerker: Serviceadviseur
Naam leidinggevende: Jan Zwarts
Datum gesprek: 14-05-2010

Op dit formulier geeft u, de leidinggevende, met uw medewerker aan of hij de doelen die in het planningsgesprek aan het begin van het jaar zijn opgesteld, al dan niet heeft behaald. Welke doelen gaat de medewerker dit jaar nog behalen? Welke doelen gaat de medewerker niet behalen? Waarom gaat de medewerker doelen wel of niet behalen? Waar heeft hij extra hulp bij nodig? Als u het allebei eens bent met de opgestelde doelen ondertekent u beiden het formulier. De medewerker ontvangt een kopie en de leidinggevende bewaart het origineel in het persoonlijk dossier van de medewerker.

1. Bekijk het planningsformulier. Welke doelen op werkgebied gaat de medewerker dit jaar behalen? Waar heeft hij extra ondersteuning bij nodig?

Sinds het begin van de maand mei werkt Frits fulltime als serviceadviseur. Dit doel is bereikt. Frits heeft de training 'Plannen en Organiseren' gevolgd, maar heeft af en toe nog ondersteuning nodig bij het maken van de planning.

2. Bekijk het planningsformulier. Welke doelen op het gebied van houding en gedrag gaat de medewerker dit jaar behalen? Waar heeft hij extra ondersteuning bij nodig?

Frits adviseert klanten en behandelt klachten zelfstandig. Klanten beoordelen zijn houding met een gemiddelde van 7,5. Frits heeft dit doel dus behaald.

3. Wat moet de medewerker nog leren om de doelen te behalen? Beschrijf hoe hij dit gaat doen.

Frits heeft de training 'Plannen en Organiseren' gevolgd, maar heeft af en toe nog ondersteuning nodig bij het maken van de planning. Hierbij helpt de chef werkplaats één keer in de week. Frits denkt dat het met zijn hulp lukt aan het eind van het jaar zelfstandig de planning te maken.

4. Wat gaat de leidinggevende doen om de medewerker te helpen de doelen te behalen?

De chef werkplaats krijgt iedere week een uur de tijd om te helpen bij het maken van de planning.

5. Welke vervolgspraken zijn gemaakt?

1. *Begin juli wordt nogmaals gekeken hoe het gaat met het maken van de planning. Als het dan goed gaat, hoeft de chef werkplaats niet langer te helpen. Als blijkt dat verdere ondersteuning nodig is, wordt gekeken of Frits een vervolgtraining kan volgen.*
2. *Omdat Frits nu al een beoordeling van 7,5 krijgt van klanten voor klantcontact, wordt het doel opgeschoven van een gemiddelde van 7, naar een gemiddelde van 7,5.*

Handtekening leidinggevende:

Jan Zwarts
Datum: 15-05-2010

Handtekening medewerker:

Frits Vrolijk
Datum: 14-05-2010

STAP 3: Het beoordelingsgesprek

UIT DE PRAKTIJK

In het beoordelingsgesprek geeft u uw beoordeling over het functioneren van de medewerker in het afgelopen jaar. Ook legt u uit hoe u tot die beoordeling bent gekomen.

Wanneer: Één keer, aan het einde van het jaar (december).

Wat: U geeft uw beoordeling over het functioneren van de medewerker.
Zeer goed Je lost problemen zelfstandig op en bent een voorbeeld voor anderen. Je behaalt je doelen ruim.

Goed Je werkt zelfstandig. Je behaalt je doelen.

Voldoende Je werkt zelfstandig aan routinetaken, je hebt hulp nodig bij complexere taken. Je behaalt bijna alle doelen.

Onvoldoende Je hebt vaak hulp nodig. Je behaalt de meeste doelen niet.

Rollen: U leidt dit gesprek en geeft uw beoordeling. U bent vooral aan het woord. Uw beoordeling staat vast en kan niet meer worden gewijzigd in het gesprek. Uw beoordeling mag geen verrassing zijn voor de medewerker, omdat u al een functioneringsgesprek heeft gevoerd en tussentijdse gesprekken bij problemen.

Resultaat: Een beoordelingsformulier (zie hierna), waarin de volgende vragen worden beantwoord:

- * Welke doelen heeft de medewerker behaald?
- * Welke doelen zijn niet behaald?
- * Wat zijn de consequenties hiervan voor opleiding, promotie of salaris?
- * Hoe bent u tot uw beoordeling gekomen?

Het beoordelingsgesprek:

Introductie: Waarom hebben we dit gesprek?
Wat ga ik je vertellen?

U geeft uw beoordeling over het functioneren van de medewerker over het afgelopen jaar. Ook legt u uit hoe u tot deze beoordeling bent gekomen. Hierbij pakt u terug op de doelen uit het planningsgesprek en wat besproken is in het functioneringsgesprek. U geeft aan wat de gevolgen zijn voor salaris, promotie of opleiding. Na afloop vraagt u of uw medewerker deze beoordeling verwacht had. Waarom wel/niet?

Voorbereiding medewerker:

De medewerker denkt na over de volgende zaken:

- * Welke beoordeling kan ik verwachten?

Voorbereiding leidinggevende:

- * Plan het gesprek samen met de medewerker of informeer deze minimaal vier weken van tevoren. Leg uit wat de bedoeling is van het gesprek en welke voorbereiding u van de medewerker verwacht (zie hiernaast).
- * Bedenk van tevoren wat u wel en niet goed vindt gaan.
- * Wordt er afgeweken van de doelen in het planningsgesprek? Zo ja, hoe kunnen de doelen alsnog behaald worden?
- * Als de medewerker het beter doet dan verwacht kunt u kijken of u nieuwe doelen op wilt stellen.
- * Heeft u de medewerker volgens de afspraken in het planningsgesprek geholpen?

Beoordelingsformulier Autobedrijf Zwarts

Naam medewerker: Frits Vrolijk
Functie medewerker: Servicemedewerker
Naam leidinggevende: Jan Zwarts
Datum gesprek: 08-12-2010

Op dit formulier geeft u, de leidinggevende, aan welke beoordeling u de medewerker geeft.

Mogelijke beoordelingen zijn:

Zeer goed Lost problemen zelfstandig op en is een voorbeeld voor anderen. Behaalt de doelen ruim.

Goed Werkt zelfstandig. Behaalt de doelen.

*Voldoende Werkt zelfstandig aan routinetaken, heeft hulp nodig bij complexere taken.
Behaalt bijna alle doelen.*

Onvoldoende Heeft vaak hulp nodig. Behaalt de meeste doelen niet.

U ondertekent beiden het formulier voor gezien. De medewerker ontvangt een kopie en de leidinggevende bewaart het origineel in het persoonlijk dossier van de medewerker.

De beoordeling die aan de medewerker wordt gegeven is: Zeer goed

De medewerker heeft de volgende doelen op het gebied van werk, houding en gedrag behaald:

- 1. Zelfstandig en fulltime werken als serviceadviseur*
- 2. Zelfstandig werkopdrachten en de planning maken; de collega's beoordelen dit met een voldoende*
- 3. Klanten adviseren en klachten afhandelen met een gemiddelde beoordeling van 7,5 of hoger*

De medewerker heeft de volgende doelen niet behaald:

N.v.t.

Opmerkingen: Frits heeft dit jaar een grote overstap gemaakt van eerste autotechnicus naar serviceadviseur. Hij heeft laten zien dat hij bereid is om zich elders in het bedrijf in te zetten en nieuwe dingen te leren. Zijn contact met klanten verloopt erg goed. Hij heeft wat moeite gehad met het zelfstandig maken van de planning. Na extra ondersteuning door de chef Werkplaats is het hem gelukt om zelfstandig goede planningen te maken. Voor zijn inzet, motivatie en snelle leervermogen ontvangt Frits een 'Zeer goed'-beoordeling.

De consequenties van deze beoordeling zijn: Voor het behalen van een 'Zeer goed'-beoordeling stijgt Frits twee extra treden in de salarisschaal.

Handtekening leidinggevende:

Jan Zwarts
Datum: 15-05-2010

Handtekening medewerker:

Frits Vrolijk
Datum: 14-05-2010

Welke mogelijkheden voor ontwikkeling en scholing zijn er voor uw bedrijf?

Met onderstaande test onderzoekt u de behoefte aan scholing in uw bedrijf.

- | | |
|---|----------|
| 1. Wilt u dat uw medewerkers op de hoogte zijn van de nieuwste technologische ontwikkelingen? | JA / NEE |
| 2. Wilt u dat uw medewerkers beschikken over scherpe communicatieve en commerciële vaardigheden? | JA / NEE |
| 3. Wilt u dat medewerkers blijven nadenken over de kwaliteit van hun werk en verbetermogelijkheden? | JA / NEE |
| 4. Wilt u dat medewerkers gemotiveerd blijven om te groeien en zich te ontwikkelen? | JA / NEE |

Heeft u 'ja' geantwoord op één of meer vragen? Dan is investeren in scholing belangrijk voor uw bedrijf.

Waarom is investeren in ontwikkeling en scholing noodzakelijk?

Natuurlijk komt uit bovenstaande test dat scholing voor ieder bedrijf van belang is. Scholing is een investering in tijd en geld die zowel op korte als op lange termijn resultaat oplevert. Dit resultaat ziet u terug in uw mensen en daarmee in de resultaten van uw bedrijf. Zonder ontwikkelingskansen en scholing staat uw personeel niet alleen stil, maar gaan hun motivatie, kennis en vaardigheden achteruit.

De branche is non-stop in ontwikkeling. Om hier als bedrijf middenin te staan is ontwikkeling en scholing van personeel noodzakelijk. Er zijn veel verschillende manieren om te investeren in ontwikkeling en scholing van uw personeel. Hieronder vindt u een overzicht van de hulpmiddelen die u hierbij kunt gebruiken.

Welke hulpmiddelen zijn er in de branche om de ontwikkeling van medewerkers te stimuleren?

1. De BrancheKwalificatieStructuur

De BrancheKwalificatieStructuur (BKS) is het overzicht van alle functies, certificaten en loopbaanpaden in de motorvoertuigen- en tweewielerbranche. De BKS laat zien waar een medewerker nu staat en wat zijn

loopbaanmogelijkheden zijn. Medewerkers kunnen BKS-toetsen doen. Als ze slagen, dan ontvangen zij BKS-certificaten. De BKS-certificaten verzamelen zij in hun branchepaspoort. In het branchepaspoort kan iedereen zien wat een medewerker kan en kent.



Meer informatie vindt u op

www.bksmobiel.nl

2. Ervaringscertificaat

Een ervaringscertificaat (EVC) geeft aan op welk niveau een medewerker functioneert.

Er wordt een vergelijking gemaakt tussen het niveau van een medewerker met bestaande opleidingen en kwalificaties. Zo weet u wat medewerkers nog kunnen leren en wat een goed startniveau is van een opleiding of training. Met een ervaringscertificaat kan een medewerker een verkort opleidingstraject volgen op een roc en zo een diploma of certificaat behalen. Er zijn verschillende aanbieders die een EVC-procedure voor u uit kunnen voeren.



Meer informatie vindt u op

www.kenniscentrumevc.nl

3. Een bedrijfsopleidingsplan

In een bedrijfsopleidingsplan geeft u de doelstellingen weer die u wilt bereiken met opleiden. Om de doelen te bepalen stelt u de vraag: "Wat wil ik met mijn bedrijf bereiken?". Dit bepaalt u mede door te kijken naar technologische en marktontwikkelingen én uw concurrenten. Vervolgens stelt u de vraag: "Welke kennis en vaardigheden vereist dit van mijn personeel?" en "Over welke kennis en vaardigheden beschikt mijn personeel nu?". Op basis hiervan gaat u kijken welke opleidingstrajecten hierbij passen. Dit hoeven niet persé trainingen te zijn. Het aanstellen van een coach of begeleider is ook een vorm van opleiden. U onderzoekt ook het beschikbare budget en de tijd die u beschikbaar gaat stellen voor opleiden.



Een voorbeeld van een bedrijfsopleidingsplan vindt u op www.contract-onderwijs.nl, dé website voor de installatietechniek.

4. Een persoonlijk opleidingsplan

Om te zorgen dat opleiden leidt tot het gewenste doel is het goed te zorgen dat opleidingen en trainingen volgens een plan worden ingezet. Zo haalt u het maximale uit de opleidingen en trainingen van uw medewerkers. Een persoonlijk opleidingsplan helpt hierbij.

De leidinggevende stelt samen met de medewerker een doel op voor de medewerker en kijkt met hem hoe hij dat doel gaat behalen. Een persoonlijk opleidingsplan is een geschikt instrument om met medewerkers te praten over het werk en de prestaties die u van hen verwacht. Zo weet uw medewerker waar hij aan toe is en wat hij kan verwachten. En u komt niet voor verrassingen te staan, doordat u in gesprek blijft met uw medewerkers over hun wensen en dromen.



Meer informatie over het persoonlijk opleidingsplan vindt u op www.oomt.nl (via *Personeel, Handboek Personeelsbeleid*).

TIPS

- * In het branchepaspoort van de medewerker staan alle diploma's en certificaten die de medewerker behaald heeft.
- *  Op www.bksmobiel.nl vindt u wat een medewerker in een bepaalde functie moet kennen en kunnen. U vindt dit in het functiecompetentieprofiel.
- *  Wanneer u bij OOMT bent aangesloten kunt u gratis een workshop Personeelsbeleid volgen bij Innovam.
- * Als leerbedrijf biedt u leerlingen een plek in uw bedrijf en draagt u bij aan de opleiding van een nieuwe generatie medewerkers voor de branche. Daarnaast leren uw medewerkers van het begeleiden van leerlingen en komen nieuwe, frisse ideeën in het bedrijf.

Persoonlijk opleidingsplan

Naam medewerker: Kees Kootten
Functie medewerker: Verkoopadviseur lichte Bedrijfsauto's
Naam leidinggevende: Elias Donkers
Datum gesprek: 15-01-2010

Op dit formulier geeft u, de leidinggevende, met uw medewerker aan welke doelen de medewerker gaat behalen in het werk. Dit kunnen doelen zijn die de medewerker het komende jaar wil behalen, maar het mogen ook doelen zijn die verder weg liggen. Stel doelen op tot maximaal vijf jaar.

U stelt de doelen samen met uw leidinggevende op. Bij het opstellen van de doelen gebruikt u uw functieomschrijving. Doelen kunnen zich bevinden op het gebied van: deskundigheid, taken, communicatieve en sociale vaardigheden, samenwerking, klantgerichtheid, leidinggevende kwaliteiten, functie, salaris of persoonlijke kwaliteiten. Verder beschrijft u wat u nog moet leren om deze doelen te behalen.

Als u het allebei eens bent met de doelen ondertekent u beiden het formulier. De medewerker ontvangt een kopie en de leidinggevende bewaart het origineel in het persoonlijk dossier van de medewerker.

1. Welke doelen op werkgebied wil de medewerker behalen?

Sinds een halfjaar is Kees verkoopadviseur Lichte Bedrijfsauto's. Voorheen was hij jaren werkzaam als verkoopadviseur Personenauto's. Hij wil zich ontwikkelen op het gebied van 'koude' acquisitie en netwerken.

2. Wat moet de medewerker kennen en kunnen om deze doelen te behalen?

Om dit doel te bereiken wil Kees de volgende eigenschappen verder ontwikkelen: proactief zijn, om kunnen gaan met mondige klanten en om kunnen gaan met klanten die niet benaderd willen worden.

3. Wat beheerst de medewerker al?

Kees is al redelijk proactief, doordat hij de ontwikkelingen rond bestaande klanten volgt en daarop inspeelt. Ook houdt hij lopende leasecontracten in de gaten en onderneemt hij actie als deze aflopen. Ten slotte legt Kees contact met klanten als deze de werkplaats bezoeken. Verder is hij al ervaren in de omgang met mondige klanten bij de verkoop van personenauto's.

4. Wat moet de medewerker nog leren om deze doelen te behalen?

Wat Kees nog moet leren is hoe hij op andere manieren proactief kan zijn. Verder wil hij leren hoe hij om kan gaan met mondige zakelijke klanten en klanten die niet benaderd willen worden.

5. Hoe gaat de medewerker dit leren? (ervaring, training/opleiding)

Om dit te leren gaat Kees de training 'Omgaan met zakelijke klanten' volgen. Verder gaat hij onderzoeken of het mogelijk is om een tijdje mee te lopen met een andere verkoopadviseur Lichte Bedrijfsauto's.

6. Wanneer gaat de medewerker dit leren?

De training 'Omgaan met Zakelijke Klanten' volgt Kees in maart. Hij streeft ernaar om in februari en maart met een andere verkoopadviseur mee te lopen gedurende twee dagen per maand.

7. Wat is het resultaat van het geleerde?

Het resultaat van het geleerde is dat Kees beter om kan gaan met mondige, zakelijke klanten en klanten die niet benaderd willen worden. In januari 2010 heeft hij ten minste 100 nieuwe relaties opgebouwd.

8. Hoe gaat de leidinggevende de medewerker helpen bij het behalen van de doelen?

De leidinggevende gaat Kees helpen bij het behalen van de doelen door te helpen met het vinden van een verkoopadviseur bij wie hij mee kan kijken. Ook zorgt de leidinggevende dat Kees de training 'Omgaan met zakelijke klanten' kan volgen.

Handtekening leidinggevende:

Elias Donkers

Datum: 15-01-2010

Handtekening medewerker:

Kees Kootten

Datum: 14-01-2010

Hoe maakt u gebruik van verschillen tussen medewerkers?

Mensen verschillen; dat geldt ook voor medewerkers. De arbeidsmarkt in Nederland wordt steeds gevarieerder, doordat meer vrouwen, ouderen, gedeeltelijk arbeidsgeschikten en allochtonen werken. Dit betekent dat er verschillen zijn tussen de wensen, gewoontes, manieren van praten en doen van medewerkers. Als ondernemer kunt u verschillen negeren en net doen of ze er niet zijn. Of u kunt er gebruik van maken.

Wat zijn voordelen van verschillen tussen medewerkers in een bedrijf?

Verskillende medewerkers hebben verschillende ideeën over het werk. Dit zorgt voor meer kennis en ervaring in huis. Wie probeert verschillende groepen mensen buiten de deur te houden, vindt niet altijd genoeg medewerkers. Bedrijven hebben voor sommige functies te maken met krapte op de arbeidsmarkt. Het is lastig om goed gekwalificeerd personeel te vinden. Het is daarom aantrekkelijk om mensen in dienst te nemen uit vergeten groepen, zoals vrouwen, ouderen, gedeeltelijk arbeidsgeschikten en allochtonen. Zij zijn in toenemende mate beter opgeleid en vaak erg gemotiveerd om te werken. Medewerkers uit minderheidsgroepen zijn bovendien extra gemotiveerd.

Getting the max out of the mix.

Versillen in het medewerkersbestand hebben vaak een positief effect op klantenbinding, doordat het bedrijf een afspiegeling is van de maatschappij. Klanten voelen zich prettig bij een bedrijf waar mensen zoals zijzelf werken. Allochtonen vinden het prettig geholpen te worden door andere allochtonen

en vrouwen schatten goed in wat andere vrouwen belangrijk vinden. Doordat allochtone medewerkers goed weten wat allochtone klanten willen van een bedrijf, kan ingespeeld worden op nieuwe afzetmarkten en een divers klantenbestand.

Ten slotte leiden verschillen in het personeelsbestand tot waardering vanuit de maatschappij. Dit is allemaal pure winst die direct terug te zien is in de resultaten van het bedrijf. Zo werkt u dus aan People én Profit. Rekening houden met verschillen tussen groepen mensen wordt ook wel diversiteitsbeleid genoemd.

UIT DE PRAKTIJK

Lichamelijk gehandicapten onder de motorkap; kan dat?

Veel autobedrijven nemen aan dat lichamelijk gehandicapten niet op hun plek zijn in de werkplaats. Bedrijven denken dat zij langzaam zijn en niet aansluiten bij de andere collega's. Dat dit niet het geval hoeft te zijn, bewijst Michiel (34 jaar). Hij werkt sinds zijn negentiende als autotechnicus bij een autodealer in het zuiden van het land. Enkele jaren terug verloor hij zijn arm als gevolg van een motorongeluk. In plaats van thuis te blijven zitten, wilde hij snel weer aan het werk. Met behulp van wat aanpassingen werkt hij nu weer als autotechnicus.

Zijn leidinggevende zegt:

"Je mag het diversiteit noemen dat we nu een zogenaamd lichamelijk gehandicapte in dienst hebben. Maar voor ons is het gewoon Michiel. En wat mensen ook denken: hij werkt sneller dan ik!"



Wij kiezen gewoon de beste kandidaat

Veel werkgevers zeggen dat zij gewoon kiezen voor de beste kandidaat, zonder naar afkomst, sekse of leeftijd te kijken. Deze houding kan mensen buitensluiten, omdat zij niet over het juiste netwerk beschikken. Veel vacatures worden 'via via' ingevuld. Zo blijven vacatures binnen een vaste groep hangen. Diversiteitsbeleid in de vorm van een bepaalde hoeveelheid aan te nemen medewerkers uit minderheidsgroepen, kan dan nuttig zijn.

TIP!

Onderzoek wat concurrenten doen met verschillende groepen medewerkers. Als zij nog niets doen, ligt hier een kans om u te onderscheiden. Als ze al wél wat doen, kunt u wellicht van hen leren.

Hoe om te gaan met verschillende groepen medewerkers in het bedrijf?

Het is mogelijk iets voor één groep te doen, bijvoorbeeld een extra vrije middag voor ouderen of een taal cursus voor allochtonen. Toch is het niet altijd effectief om medewerkers per groep te benaderen. Medewerkers vinden het fijn als er rekening gehouden wordt met hun persoonlijke situatie; ze zijn gemotiveerder, productiever en minder vaak ziek. Omgaan met verschillen begint met een gesprek tussen de medewerker en de werkgever, waarin de doelen van de organisatie en de wensen/behoefte van de medewerker op elkaar worden afgestemd.

Wat is de invloed van verschillen tussen groepen medewerkers op de bedrijfscultuur?

Doordat er meer mensen met een andere achtergrond in een bedrijf komen werken, verandert de bedrijfs-

cultuur. Dit is voor medewerkers lastig. Er worden andere grappen gemaakt, niet iedereen in het team kan mee gaan survivalen met het uitje, er zit geen fles wijn meer in het kerstpakket en er is een nieuwe regeling voor religieuze feestdagen.

Veranderingen als deze maken mensen soms ongemakkelijk en onzeker. Als werkgever moet u beseffen dat het niet altijd automatisch goed gaat als mensen met een andere achtergrond bij u komen werken. Het negeren van verschillen leidt er vaak toe dat van een mug een olifant wordt gemaakt. Het bespreekbaar maken van een verandering is vaak al een opluchting en voorkomt dat het een probleem wordt. Ook is het goed om aan zittende medewerkers duidelijk te maken dat u ook hún belangen zult behartigen.

Op de arbeidsmarkt zijn er ruim 510.000 allochtonen met een mbo-opleiding en ruim 460.000 met een hbo- of academische opleiding.

Hoe gaat u om met veranderingen in de leeftijdsopbouw?

Veel bedrijven vinden de leeftijd van nieuwe medewerkers erg belangrijk. Zij trekken bewust leerlingen aan en zoeken naar jonge instroom. 20 tot 35 jaar is de meest gewilde leeftijdscategorie voor nieuwkomers.

Maar is deze voorkeur voor jongeren nog reëel?

- * De komende decennia krijgen we te maken met meer werk en minder mensen. Vanaf 2010 krimpt de beroepsbevolking en blijft de vraag naar arbeid groeien.
- * Vanaf 2000 neemt het tempo van veroudering toe. De toename van de gemiddelde leeftijd wordt gedeeltelijk veroorzaakt door het verhogen van de VUT-leeftijd van 57 naar ruim 60 jaar, waardoor er meer oudere werknemers in de branche aanwezig zijn.
- * Meer dan de helft van de bedrijven in de mobiliteitsbranche is nu al bewust op zoek naar jonge instroom met oog op veroudering van de leeftijdsopbouw van het personeelsbestand.

Medewerkers in de branche verouderen. Jongere medewerkers worden schaars. Om alle bedrijven draaiende te houden is het daarom nodig dat medewerkers langer en breder inzetbaar blijven. Door hierin goed overleg met de medewerker afspraken over te maken, brengt een medewerker zijn laatste arbeidsjaren op een prettige wijze door en is deze langer inzetbaar. Maatwerk is hierbij het sleutelwoord. Er is geen succesfactor die werkt voor alle medewerkers. Ieder mens is uniek en heeft eigen wensen en behoeften. Iedere medewerker heeft daarom een eigen plan nodig om plezierig langer door te werken.

Mogelijkheden voor langer en prettig werken zijn:

- * Minder zwaar werk door rekening te houden met fysieke inspanning bij de planning
- * Meer verantwoordelijkheid
- * Kortere werktijden/parttime werken
- * Uitdaging in het werk
- * Aangepaste werktijden (geen ploegendienst)
- * Een coachende rol
- * Meer rustmomenten
- * Aangepaste werkplek

Hoe stelt u een diversiteitsplan op?

Wanneer u aan de slag wilt met diversiteit in uw bedrijf is een diversiteitsplan handig. Een plan zorgt dat goede bedoelingen leiden tot resultaat. In een diversiteitsplan kunt u aangeven hoeveel medewerkers uit minderheidsgroepen u in dienst wilt hebben. Ook kunt u aangeven wat u doet voor de verschillende minderheidsgroepen in uw bedrijf. Voor het opstellen van een diversiteitsplan maakt u weer gebruik van het Stappenplan Duurzaam Ondernemen, vóór in deze map. Doorloop het Stappenplan voor het onderwerp 'Diversiteit'.

TIP!

Neem diversiteit op in de visie, missie en strategie van uw bedrijf.



U kunt het diversiteitsplan van uw bedrijf toevoegen onder het tabblad 'Personeel'.

Welke vergoedingen zijn beschikbaar?

De overheid stimuleert de arbeidsparticipatie van minderheidsgroepen met wetgeving en subsidies. Het doel is de achterstanden van minderheidsgroepen weg te werken, zodat deze gelijkwaardig deelnemen aan de arbeidsmarkt. U heeft bijvoorbeeld recht op stimuleringspremies en voordelen als u gedeeltelijk arbeidsgeschikten, zieken of gehandicapten in dienst neemt. Hieronder ziet u een overzicht van de beschikbare subsidies.

Verschillen tussen medewerkers? Gelijk heb je!

Vergoedingen bij het in dienst nemen van gedeeltelijk arbeidsgeschikten

- * Loonkostensubsidie
- * No-riskpolis
- * Premiekorting
- * Proefplaatsing
- * Vergoeding voor werkplekaanpassing

Vergoedingen bij het in dienst nemen van zieken of gehandicapten

Het gaat hier om werknemers die een WAO-, WIA-, WAZ- of Wajong-uitkering hebben.

- * De eerste vijf jaar betaalt het UWV de Ziektewet-uitkering
- * Geen hogere WIA-premie
- * Loondispensatie: de mogelijkheid een lager loon te betalen dan het minimumloon bij aantoonbaar slechtere prestaties
- * Loonkostensubsidie
- * Premiekorting
- * Proefplaatsing
- * Vergoeding voor werkplekaanpassing

Kijk voor meer informatie op www.ikkan.nl

Wat kunt u doen om veilig en gezond werken te optimaliseren?

Iedereen in Nederland heeft recht op een veilige en gezonde werkplek. Het voorkomen van ongevallen en ziekte voorkomt (tijdelijke) uitval van medewerkers en onnodige kosten voor de werkgever. Een veilige en gezonde werkplek zorgt voor verminderd ziekteverzuim en een verhoogde productiviteit. Bovendien draagt goede zorg voor medewerkers in positieve zin bij aan het imago van het bedrijf. Een veilige en gezonde werkplek is dus belangrijk. Hieronder vindt u verschillende manieren waarop u hieraan aandacht kunt besteden.

Welke arbeidsomstandigheden hebben invloed op het welbevinden?

Bij veilig en gezond werken denkt vrijwel iedereen aan de lichamelijke gezondheid van medewerkers en aan de werkzaamheden of een werkomgeving die daarop een negatieve invloed kunnen hebben. Het psychisch welbevinden kan echter ook beïnvloed worden door arbeidsomstandigheden. Wanneer bepaalde negatieve arbeidsomstandigheden langer aanhouden kunnen zij leiden tot overspannenheid of een burn-out. Op de lange termijn kunnen zij zelfs leiden tot lichamelijke klachten, zoals hartfalen.

Arbeidsomstandigheden die een negatieve invloed hebben op het lichaam:

- * Lawaai
- * Stof
- * Stank
- * Giftige stoffen
- * Zwaar werk, zoals tillen

Arbeidsomstandigheden die een negatieve invloed hebben op het psychisch welbevinden:

- * Werkdruk
- * Conflicten
- * Stress door onzekerheid (ontslagdreiging of veranderingen in het bedrijf)
- * Pesten

De belangrijkste risico's binnen de motorvoertuigenbranche:

- * Fysieke belasting, zoals tillen
- * Machine(on)veiligheid
- * Gevaarlijke stoffen, zoals dieselmotoremissies en oplosmiddelen
- * Werkdruk
- * Inrichting van de werkplek en het werkklimaat
- * Geluid

Hoe zorgt u voor een veilige en gezonde werkplek?

Er zijn verschillende manieren waarop u kunt zorgen voor goede arbeidsomstandigheden binnen uw bedrijf.

1. Stel een preventiemedewerker aan.
2. Voer een Risico Inventarisatie en Evaluatie (RI&E) uit voor uw bedrijf (www.arbomobiel.nl).
3. Zet oplossingen en maatregelen in op de geïnventariseerde risico's, bijvoorbeeld met behulp van de Arbocatalogus (www.arbomobiel.nl)
4. Laat u, indien nodig, ondersteunen door een arbo dienst.
5. Documenteer de activiteiten die uw bedrijf onderneemt voor veilig en gezond werken.

1. Wat zijn de taken van de preventiemedewerker?

De preventiemedewerker:

1. informeert en adviseert collega's via de ondernemingsraad of de personeelsvertegenwoordiging Als deze er niet zijn informeert en adviseert de preventiemedewerker direct de belanghebbende collega's;
2. werkt mee aan het verrichten en opstellen van een Risico Inventarisatie en Evaluatie (RI&E);
3. werkt mee aan het uitvoeren van arbeidsbeschermende maatregelen.

De preventiemedewerker is dus de vraagbaak en spil in het bedrijf als het gaat om arbeidsomstandigheden. Sinds 2005 is ieder bedrijf verplicht een preventiemedewerker aan te stellen. De werkgever blijft altijd eindverantwoordelijk. Iedere medewerker van het bedrijf kan preventiemedewerker zijn. Er is geen training verplicht. Wel moet de preventiemedewerker over voldoende kennis en vaardigheden beschikken om zijn taken uit te voeren.

TIP!

In bedrijven met minder dan vijftien medewerkers kan de werkgever zelf de functie van preventiemedewerker vervullen.

De Arbowet

Om te zorgen dat medewerkers in Nederland veilig en gezond kunnen werken is de Arbeidsomstandighedenwet of Arbowet opgesteld. Hierin staan regels over veiligheid en welzijn voor werkgevers en werknemers.

2. Wat is een Risico Inventarisatie en Evaluatie?

Een Risico Inventarisatie en Evaluatie (RI&E) is een inventarisatie van risico's voor de veiligheid en gezondheid van medewerkers op het werk. Doordat de risico's in kaart zijn gebracht kunnen deze adequaat aangepakt worden. Iedere werkgever is verplicht een RI&E uit te (laten) voeren. Autobedrijven kunnen gebruikmaken van een erkende branche-RI&E voor personenautobedrijven. De branche-RI&E bestaat uit een vragenlijst die u of de preventiemedewerker invult voor uw bedrijf. Vervolgens wordt automatisch een plan van aanpak met praktische adviezen gepresenteerd.



U vindt dit instrument op
www.arbomobiel.nl



Ik ga later met mijn auto door het oerwoud rijden

Moet uw bedrijf een RI&E opstellen en laten toetsen?

≤ 25 medewerkers

Bedrijven met maximaal 25 werknemers in dienst zijn verplicht een RI&E op te stellen, maar behoeven deze niet te laten toetsen door een arbodeskundige. Dit geldt alleen als de branche-RI&E wordt gebruikt.

> 25 medewerkers

Bedrijven die meer dan 25 werknemers in dienst hebben, kunnen de branche-RI&E gebruiken, maar de RI&E moet nog wel getoetst worden door een arbodeskundige.

≤ 40 uur per week

Werkgevers die niet meer dan 40 uur per week (door één of meer werknemers gezamenlijk) werk laten verrichten, moeten een RI&E hebben, maar hoeven geen toets door de arbodeskundige te laten verrichten. De vrijstelling op de toetsing geldt ook als er een ander instrument dan de branche-RI&E is gebruikt.

De RI&E wordt bijgesteld bij verandering in: werkmethoden, werkomstandigheden (bijv. bij verbouwing), technische innovaties of als opgedane ervaringen aanleiding geven. Als er geen veranderingen zijn wordt de gehele RI&E vierjaarlijks bijgesteld. Het plan van aanpak wordt minstens eenmaal per jaar herzien.

3. Wat is de Arbocatalogus?

In de Arbocatalogus van het personenautobedrijf vindt u oplossingen en maatregelen die u helpen de werkplekken in uw bedrijf veilig en gezond te organiseren. Uit de RI&E van uw bedrijf komen een aantal risico's voor uw bedrijf naar voren. In de Arbocatalogus vindt u oplossingen en maatregelen voor deze risico's in de dagelijkse praktijk. Sinds 1 januari 2009 vervangt de Arbocatalogus van het personenautobedrijf de Arbobeleidregels. De Arbeidsinspectie hanteert de Arbocatalogus als uitgangspunt.



U vindt de Arbocatalogus van het personenautobedrijf via www.arbomobiel.nl.

4. Wanneer is ondersteuning door een arbodienst handig?

Sinds 2005 zijn bedrijven niet langer verplicht een arbodienst in de arm te nemen. Zij mogen het arbo-beleid zelf organiseren of hiervoor een andere partij inschakelen.

Voorwaarden hiervoor zijn:

- * de ondernemingsraad of de personeelsvertegenwoordiging is het ermee eens
- * het bedrijf beschikt over een gecertificeerde bedrijfsarts
- * het bedrijf beschikt over een interne deskundige in de vorm van een preventiemedewerker of het bedrijf laat zich ondersteunen door een deskundige andere partij

Ondersteuning door bepaalde diensten van een arbodienst kan handig zijn bij specifieke problemen, zoals een hoog verloop of verzuim van personeel. Ook kan een arbodienst adviseren over de aanschaf van bedrijfsmiddelen.

5. Waarom is documentatie van arbobeleid van belang?

Uw preventiemedewerker is de spil van het arbobeleid in uw bedrijf. Deze persoon is de vraagbaak voor zijn collega's en beschikt over alle informatie over het arbobeleid in uw bedrijf. Wanneer deze persoon wegvalt, vanwege ziekte of een andere reden, is het noodzakelijk om het arbobeleid gedocumenteerd te hebben, zodat het voortgezet kan worden. Daarnaast voert de Arbeidsinspectie controles uit, waarbij gekeken wordt naar de gegevens over het arbobeleid in uw bedrijf.

TIP!

Vraag uw preventiemedewerker om een arbomap bij te houden met daarin de actuele RI&E, het meest recente plan van aanpak en de eisen van het arbobeleid in uw bedrijf.

6. Verkoop

Inleiding

Er zijn veel mogelijkheden om zelf een bijdrage te leveren aan een betere wereld. Het is ook mogelijk via anderen een bijdrage te leveren. Door anderen te inspireren en te enthousiasmeren kunt u hen aanzetten tot duurzaam gedrag. De verkoop in het autobedrijf is een goede gelegenheid om klanten te informeren over hetgeen zij kunnen doen voor het milieu. Het verstrekken van informatie over duurzaamheid is een extra service aan de klant en een indirecte manier om te werken aan een beter milieu. Niet alle klanten zitten te wachten op informatie over duurzaamheid, maar een groeiende groep klanten waardeert dit en zal het in de toekomst ook verwachten van een autobedrijf.

Het is een kans voor de verkoper deze groep klanten te informeren over de effecten van duurzame producten, zoals Het Nieuwe Rijden, de Nieuwe Band en fuel switch. Ook kan met klanten berekend worden wat de investeringsprijs is en welke besparingen in de toekomst kunnen worden gerealiseerd. Daarnaast kan de verkoper klanten informeren over de trends in duurzame producten.



Wat bergt u op onder het tabblad 'Verkoop'?

Voeg onder het tabblad 'Verkoop' in deze map zelf de informatie en bewijzen toe die u gebruikt voor duurzaamheid in de verkoop. Zo houdt u zelf overzicht én heeft u alle informatie bij de hand als u de Duurzaam Ondernemen Scan af laat nemen door een adviseur van het IvDM.

Wat kunt u bijvoorbeeld onder het tabblad 'Verkoop' opbergen?

- * Een folder van Het Nieuwe Rijden
- * Informatie over een rijstijltraining ingezet door uw bedrijf
- * Informatie over energielabels
- * Een overzicht van alternatieve brandstoffen
- * Milieustickers
- * Interne afspraken over de controle van de bandenspanning
- * Documentatie over deelauto's

Nederland wil duurzame producten

Negen op de tien Nederlanders denken zelf meer te kunnen bijdragen aan een duurzame samenleving. Drie op de tien Nederlanders willen meer informatie over duurzame producten, voornamelijk over het effect van de aankoop en de prijs. Ook wil de helft van de Nederlanders weten of ze betere of slechtere producten op het gebied van duurzaamheid kopen dan de gemiddelde Nederlander. Bron: www.duurzaam-ondernemen.nl.

Wat vindt u onder dit tabblad?

Onder dit tabblad leest u over welke duurzame onderwerpen u uw klanten voor kunt lichten bij de verkoop. Onder dit tabblad vindt u antwoord op onderstaande vragen:

1. Wat is Het Nieuwe Rijden?
2. Welke alternatieve brandstoffen zijn beschikbaar?
3. Hoe kunt u milieuvriendelijk gebruik van de airco bevorderen?
4. Wat is de milieusticker?
5. Welke voordelen levert controle van bandenspanning op?
6. Hoe kunnen deelauto's worden ingezet voor het autobedrijf?

1

Wat is Het Nieuwe Rijden?

Klanten worden graag geadviseerd over hoe ze bij kunnen dragen aan een beter milieu. En als u ze dan ook nog vertelt hoe ze geld kunnen besparen, dan vinden ze het pas echt interessant worden. De aanschaf van een nieuwe auto is voor klanten dan ook dé manier om kennis te maken met Het Nieuwe Rijden. U kunt klanten helpen bij deze kennismaking door hen voor te lichten over Het Nieuwe Rijden. Daarmee doet u uw klanten een plezier én draagt u bij aan een beter milieu.



Hieronder vindt u alle tips voor Het Nieuwe Rijden op een rij. Meer informatie vindt u op www.hetnieuwerijden.nl. Hier kunt u ook folders aanvragen.

Rijstijltraining

Nieuwe automobilisten leren de nieuwe rijstijl aan tijdens hun rijlessen. Voor bestaande automobilisten is er de rijstijltraining. U kunt overwegen uw klanten bij aankoop van een nieuwe auto een rijstijltraining aan te bieden.

Energielabel

Aan de hand van het energielabel dat op alle nieuwe auto's in de showroom te vinden is, zijn brandstofverbruik en CO₂-emissiereductie veel directer zichtbaar voor de consument. Door de vermelding van de relatieve zuinigheid is bovendien te zien of een auto zuinig of onzuinig is in vergelijking met auto's die ongeveer even groot zijn. U helpt uw klant bij het maken van een keuze door hem te wijzen op dit label en hem te informeren over de totstandkoming van de classificering.

Het brandstofverbruik neemt boven 100 km/uur bijna kwadratisch toe met de rijsnelheid.

Is Het Nieuwe Rijden schadelijk voor de motor?

Het mechanische gedeelte van een automotor is, mits in goede staat van onderhoud, ruim voldoende sterk geconstrueerd, zodat rijden volgens Het Nieuwe Rijden geen extra slijtage oplevert. Bij het rijden op de snelweg met 120 km/uur draaien automotoren 3.000 à 4.000 toeren per minuut. Hierdoor raken onderdelen als verstuivers, turbo's en katalysatoren niet verstopt door Het Nieuwe Rijden. Als Het Nieuwe Rijden alleen wordt toegepast bij korte ritjes in de stad, is het aan te bevelen om soms met een hoger toerental te rijden.



Hoe past u Het Nieuwe Rijden toe in een automaat?

De tips voor het schakelen zijn bij een automaat natuurlijk niet van toepassing. Wel zijn er een aantal dingen waar u op kunt letten:

- * **de 'sportstand' niet gebruiken**, want deze heeft juist het effect dat de motor pas bij hogere toeren-tallen overschakelt, zodat er meer vermogen beschikbaar komt bij lagere snelheden.
- * **de 'kick-down' vermijden**, omdat hierbij ook weer in lagere versnellingen wordt geschakeld om meer vermogen beschikbaar te krijgen om snel door te trekken.
- * **het even iets loslaten van het gaspedaal** bij het bereiken van de gewenste snelheid zorgt dat de versnellingsbak eerder de hoogste versnelling kiest.

TIP 1!

Schakel zo vroeg mogelijk op naar een hogere versnelling

Door snel door te schakelen naar hogere versnellingen en hierbij veel gas te geven rijdt u het meest efficiënt. Veel gas geven gaat vanzelf, omdat u anders niet vlot op kunt trekken. Benzine- en lpg-auto's bij maximaal 2.500 toeren, diesel bij maximaal 2.000 toeren.

Waarom?

Een deel van het vermogen van een automotor gaat verloren aan inwendige wrijvingsverliezen. Deze verliezen zijn evenredig met het toerental. Wanneer u met lage toerentallen rijdt blijven deze verliezen tot een minimum beperkt, wat gunstig is voor het brandstofverbruik. Bovendien neemt de efficiëntie van een automotor toe naarmate er bij lage toerentallen meer gas gegeven wordt.

LET OP! Het is niet de bedoeling dat de auto gaat 'bokken'

Als dat gebeurt moet u terugschakelen. Bokken kan voorkomen bij een laag toerental waarbij veel gas wordt gegeven. Rijden met verouderde olie of een slecht afgestelde ontsteking of brandstofsysteem maakt de kans op 'bokken' groter. Het is dus belangrijk om uw auto goed te (laten) onderhouden.

TIP 2!

Rij met gelijkmatige snelheid en een laag toerental in een hoge versnelling

Door met gelijke snelheid te rijden verbruikt de auto minder energie en bespaart u brandstof. Vermijd daarom optrekken en afremmen. Een cruise control kan u hierbij helpen.

Waarom?

Optrekken en remmen kost veel energie. Dat merkt u bijvoorbeeld aan hoe heet de remmen worden. Je merkt het ook uit het feit dat je voor het rijden van 50 km/uur constant in een gemiddelde auto, maar 5 kW nodig hebt. De overige 90% (of meer) van het motorvermogen is alleen nodig om snel op te trekken of heel hard te rijden.

TIP 3!

Kijk zo ver mogelijk vooruit en pas uw rijden aan aan het overige verkeer

Om met gelijke snelheid te rijden, probeert u zo min mogelijk abrupt en onnodig te remmen en op te trekken. Kijk daarom goed vooruit wat het verkeer gaat doen.



Ik geloof dat leuk leven en de wereld goed achterlaten
voor de volgende generatie mogelijk is.

TIP 4!

U moet snelheid minderen? Laat tijdig het gas los en laat de auto uitrollen

Als u ziet dat u een rood verkeerslicht nadert laat u het gas los in de versnelling en laat u de auto uitrollen. Dit bespaart brandstof en vermindert de uitstoot van de auto én slijtage aan de remmen.

TIP 5!

Zet de motor af bij kortere stops

Zet de motor af als u stopt bij een openstaande brug, een spoorwegovergang, in de file of wanneer u iemand afhaalt. Start u weer, doe dit dan zonder gas te geven.

> 1990

Het brandstofverbruik van een moderne motor die stationair draait kan oplopen tot 0,5 liter per uur. De motor vaker afzetten bespaart dus veel brandstof. Vuistregel is dat bij langer dan twintig seconden stilstaan het al zinvol is om de motor af te zetten. Bij moderne injectiemotoren, meestal vanaf bouwjaar 1990, wordt het gaspedaal niet ingetrapt bij het starten. Het motormanagement regelt een correcte start. Zo starten kost geen extra brandstof.

< 1990

Bij auto's met een carburateur, meestal van vóór bouwjaar 1990, wordt bij het starten vaak wel gas gegeven. Dat kost extra brandstof. Het is daarom pas zinvol om de motor af te zetten als u verwacht langer dan één minuut stil te staan

TIP 6!

Controleer maandelijks de bandenspanning

Een belangrijk deel van de energie voor de aandrijving van een auto gaat op aan de rolweerstand. Een bandenspanning die 25% te laag is verhoogt de rolweerstand met 10%. Resultaat: 2% meer brandstofverbruik, kortere levensduur van de band en slechtere wegligging van de auto.

Richtlijnen voor controle:

- * minstens één keer per maand controleren.
- * de bandenspanning dient altijd met koude banden gecontroleerd te worden. Als er drie km of meer gereden is duurt het tien minuten voordat de banden weer afgekoeld zijn.

Tegenwoordig zijn er al diverse auto's op de markt met systemen die elektronisch de bandenspanning in de gaten houden en indien nodig de bestuurder attenderen op een te lage spanning. Dergelijke systemen zijn ook achteraf nog bij een auto in te bouwen.

TIP 7!

Gebruik in-car apparatuur

Auto's zijn tegenwoordig vaak standaard uitgerust met apparatuur die kan assisteren bij efficiënt, veilig en comfortabel rijgedrag. Een toerenteller helpt bij het bepalen van het juiste toerental om op te schakelen naar een hogere versnelling. Een cruise control kan de snelheid van een auto beter constant houden dan een bestuurder. In veel auto's zit tegenwoordig een boordcomputer die de bestuurder directe terugkoppeling geeft van de effecten van het rijgedrag op het brandstofverbruik. Econometers en schakelindicatoren zijn in sommige, vooral oudere, auto's ingebouwd, maar ook in nieuwe auto's zie je weer steeds vaker schakelindicatoren. Snelheidsbegrenzers en/of toerenbegrenzers zijn hulpmiddelen tegen het ongemerkt of ongewild overschrijden van bepaalde snelheden en toerentallen, die de bestuurder zelf kan instellen.

Bron: www.hetnieuwerijden.nl

2 Welke alternatieve brandstoffen zijn beschikbaar?

"Ik heb een grote MPV met airconditioning en die zuipt als een idioot. Maar het rijdt wel leuk."

Waarom valt deze uitspraak van programmamaker Rob Muntz bij de meeste mensen niet in goede aarde? Omdat iedereen tegenwoordig op de hoogte is van het grote gevaar van brandstofverbruik: CO₂-uitstoot. CO₂ zorgt voor opwarming van de aarde en alle bijbehorende problemen, zoals overstromingen, woestijnvorming en hongersnood. Bij brandstofverbruik komen ook stikstofoxiden en fijnstof vrij. Stikstofoxiden zorgen voor verzuring van het milieu. Het inademen van fijnstof leidt, vooral bij kinderen en mensen met luchtwegaandoeningen en hart- en vaatziekten, tot een slechter functioneren van de longen. Door uw klanten voor te lichten over de mogelijkheden van het gebruik van alternatieve brandstoffen kunnen zij een verantwoorde keuze maken bij de aankoop van een nieuwe auto.

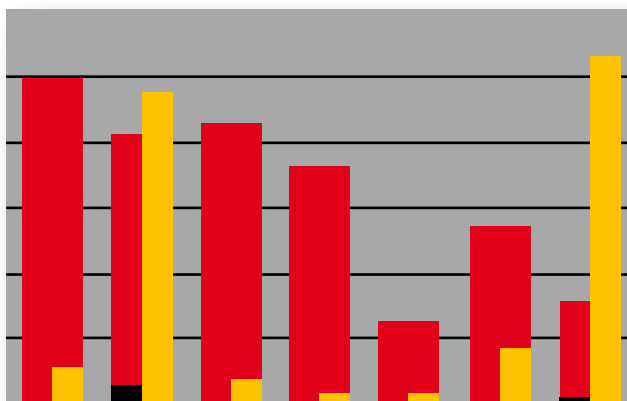
Het toepassen van biobrandstoffen in verbrandingsmotoren is al honderden jaren oud. De uitvinder van de dieselmotor, Rudolf Diesel, liet aan het eind van de 19de eeuw zijn motoren al draaien op olie uit **pinda's**, terwijl Henry Ford aan het begin van de vorige eeuw dacht dat **bio-ethanol** de meest voor de hand liggende brandstof voor zijn T-Fords zou zijn.

Klimaatneutrale brandstof

In 2010 zal het verkeer bijna 20% van de CO₂-uitstoot in Nederland veroorzaken. Om deze stijging tegen te gaan wordt gebruikgemaakt van biobrandstoffen en groen gas. Deze brandstoffen stoten ook CO₂, stikstofoxiden en fijnstof uit, maar veel minder dan diesel en benzine. Biobrandstoffen en groen gas zijn klimaatneutraal, omdat planten en bomen worden gebruikt als energiebron. De CO₂ die planten en bomen van nature opnemen, komt vrij bij verbranding. Er komt dus geen extra CO₂ vrij.

Biobrandstoffen zijn vloeibare of gasvormige brandstoffen, die benzine of diesel kunnen vervangen.

Voor groen gas worden, naast bomen en planten, ook stortplaatsen, waterzuiveringsinstallaties en mest gebruikt als energiebron. Deze stoffen worden door bacteriën omgezet in gas en opgewerkt tot aardgaskwaliteit. Groen gas heeft de goede eigenschappen van aardgas: een schone verbranding en het is relatief goedkoop.



Brandstof emissies in g/km

	Benzine	Diesel	LPG	CNG	Biogas	Bio-ethanol	Biodiesel
CO ₂ emissie (g/km)	249	206	214	181	62	136	79
Fijnstof emissie (g/km)	0,006	0,046	0,005	0,002	0,002	0,006	0,023
NO _x emissie (g/km)	0,1	0,8	0,07	0,04	0,04	0,145	0,88

Bron: www.fuelswitch.nl

Er zijn nu drie soorten biobrandstoffen verkrijgbaar:

1. Pure Plantaardige Olie (PPO)

PPO is gemaakt van plantaardige oliën. De motor moet voor het gebruik van PPO worden aangepast. Enkele gemeentes in Nederland laten veeg- en vuilniswagens rijden op PPO.

2. Biodiesel

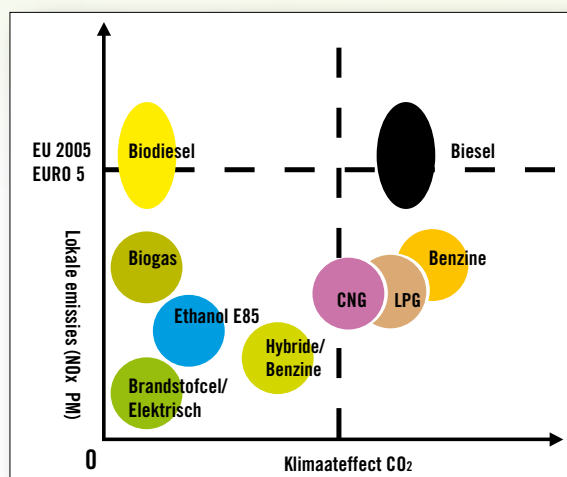
Dieselbrandstof gemaakt van plantaardige olie. De viscositeit is hoger dan van gewone diesel en de brandstof ontsteekt minder makkelijk in de motor. Zonder aanpassing van de motor is het vaak mogelijk tot 20% biodiesel aan de fossiele brandstof toe te voegen.

3. Bio-ethanol

Bio-ethanol wordt onder andere uit suikerbiet, mais, suikerriet of graan geproduceerd. Het is momenteel de meest gebruikte biobrandstof. Ethanol is een alcohol dat zonder aanpassingen tot 5% bij te mengen is met benzine.

Deze biobrandstoffen brengen de CO₂-uitstoot terug tot gemiddeld 30-50%. In de toekomst zullen biobrandstoffen ontwikkeld kunnen worden die de CO₂-uitstoot verminderen tot 90% of zelfs hoger.

Nederland streeft naar 5,75% biobrandstoffen in 2010. Dit komt overeen met 900 miljoen liter biobrandstof.



Figuur: indicatie van de uitstoot van milieubelastende stoffen.

Bron: GAVE (2007) De meest gestelde vragen over biobrandstoffen.

Fijner rijden zonder stof.

UIT DE PRAKTIJK

Duurzaam wagenpark

TNT Post wil het gebruik van fossiele brandstoffen verminderen. TNT Post experimenteert daarom met aardgasauto's en elektrische scooters. Daarnaast heeft TNT Post Pakketservice 240 busjes vervangen door Volkswagens Crafter met een Euro 5-motor en roetfilter. Euro-5-motoren behoren tot de schoonste motoren die in de EU verkrijgbaar zijn. De chauffeurs van TNT Post nemen ook jaarlijks deel aan een internationale zuinig-en-veiligrijden-wedstrijd. Zo werken de chauffeurs aan het terugdringen van hun brandstofverbruik én het verbeteren van de verkeersveiligheid.

3

Hoe kunt u milieuvriendelijk gebruik van de airco bevorderen?

Bijna iedere nieuwe auto is tegenwoordig voorzien van airco. Klanten zijn er vaak niet van op de hoogte dat het gebruik van airco het brandstofverbruik aanzienlijk doet toenemen. Een toename van brandstofverbruik betekent een extra belasting voor het milieu. Het is daarom belangrijk dat klanten goed voorgelicht worden over het gebruik van airco.

Hoe kunt u milieuvriendelijk gebruik van de airco bevorderen?

U kunt het milieuvriendelijke gebruik van de airco door klanten bevorderen door de volgende informatie te verstrekken, bijvoorbeeld via het Airco Service Certificaat:

- * Gebruik de airco alleen als het echt nodig is. Het is wel nodig de airco minimaal één keer per week tien minuten te gebruiken. Dit voorkomt lekkage door uitdroging van pakkingen en keerringen. Ook voorkomt het gebruik van de airco dat condens en bacteriën zorgen voor onaangename geuren.
- * Als de auto erg warm is, zet u de deuren vóór vertrek open of rijdt u met de ramen open. De grootste warmte trekt dan uit de auto. Schakel daarna de airco in. Hierdoor vermindert u het energieverbruik.
- * Zet de airco alleen aan als de ramen en deuren gesloten zijn. Anders heeft het gebruik van de airco geen effect.
- * Schakel de airco tien minuten voordat u de motor afzet uit. Hierdoor voorkomt u dat condens en bacteriën in de airco voor onaangename geuren zorgen.
- * Verwijder bladeren en ander vuil uit de luchtgaten om verstopping te voorkomen.

Wat is het voordeel van het Airco Service Certificaat?

Na controle van de airco kunt u de klant een Airco Service Certificaat overhandigen. Dit certificaat geeft aan welke handelingen zijn uitgevoerd aan de airco. Ook is op het certificaat aangegeven hoe klanten de airco op milieuvriendelijke wijze kunnen gebruiken. Het certificaat is voor de klant een bewijs van de inzet van het autobedrijf en bevordert milieuvriendelijk gebruik.

4

Wat is de milieusticker?

Steeds meer Duitse steden weren vervuilende auto's uit het centrum. Veel Duitse stadscentra zijn alleen nog maar toegankelijk wanneer de automobilist een milieusticker of Umweltplakette op zijn auto heeft geplakt. Deze regel geldt ook voor toeristen. De gebieden waarvoor deze toegangseis geldt worden milieuzones of Umweltzones genoemd.

Klanten waarderen het als u hun bij de aankoop van een nieuwe auto een milieusticker aanbiedt. Hiermee voorkomen zij boetes en ongemak bij een bezoek aan Duitsland. De milieusticker is via verschillende bedrijven en organisaties op internet te bestellen. De gemiddelde prijs ligt tussen de € 5,- en € 10,-.

Vervuilde auto's worden niet langer toegelaten tot milieuzones en alle auto's zonder milieusticker worden als vervuillend gezien. Bij een bezoek aan Duitsland is het aan te raden de auto te voorzien van een milieusticker. Ook al is een klant niet van plan om gebieden in milieuzones te bezoeken, kunnen omleidingen door een zone leiden.

Er zijn groene, gele en rode milieustickers beschikbaar. Welke sticker van toepassing is hangt af van de emissie van de auto. Auto's met een groene sticker zijn het minst vervuillend en auto's met een rode sticker het meest. Sommige zones zijn alleen toegankelijk voor auto's met een groene sticker.

TIP!

Invaliden die in het bezit zijn van een Europese Gehandicaptenkaart mogen de milieuzones vrij betreden.



5

Welke voordelen levert controle van bandenspanning op?

Waarover informeert u de klant?

Klanten zijn vaak onvoldoende op de hoogte van de invloed van bandenspanning op het brandstofverbruik en de levensduur van de band. Wanneer klanten regelmatig zelf de bandenspanning controleren en op peil houden heeft dit een grote invloed op de CO₂-uitstoot én op hun portemonnee. Door hierover te informeren werkt u mee aan het vergroten van bewustzijn van klanten op dit gebied. Laat hen daarom eens kennismaken met onderstaande cijfers:

Bandenspanning: de cijfers

- * 50% van de auto's rijdt met onderspanning
- * De spanning is zo'n 27% te laag
- * Dit kost zo'n 450 miljoen liter extra brandstof
- * De onnodige uitstoot hiervan staat gelijk aan die van 29.000 huishoudens
- * De juiste spanning levert een brandstofbesparing van 2-5% op
- * Zo wordt tot € 125,- per auto per jaar bespaard
- * Te lage spanning verkort de levensduur van een band met 25%

Wat kunt u nog meer doen?

Natuurlijk kunt u ook een bijdrage leveren aan het milieu door zelf de bandenspanning van auto's van klanten vaker te controleren. Vaak wordt dit gedaan bij een grote beurt of reparatie. Het levert echter veel voordeel op voor het milieu als de bandenspanning ook bij klein onderhoud en reparaties wordt gecontroleerd. Adviseer klanten de bandenspanning minimaal maandelijks en vóór het rijden van lange afstanden te controleren.

6

Hoe kunnen deelauto's worden ingezet voor het autobedrijf?

Vrijwel ieder autobedrijf beschikt over auto's die ingezet worden als vervangende auto's voor klanten. Deze auto's moeten onderhouden worden en zijn daarom kostbaar, hoewel de auto's lang niet altijd allemaal in gebruik zijn. Het is echter ook mogelijk om samen met enkele andere bedrijven in de buurt gebruik te maken van deelauto's en deze in te zetten als vervangend vervoer.

Deelauto's zijn tot nu toe met name in trek bij particulieren in grotere steden. Vaak staan de auto's in woonwijken met weinig parkeergelegenheid en bij treinstations. Inmiddels zijn zij echter ook begonnen aan een opmars in de kleinere steden en dorpen. Bekende namen zijn bijvoorbeeld Greenwheels, ConnectCar en Wheels4all.

Kenmerken van deelauto's:

- * De auto is 24 uur per dag beschikbaar
- * De auto staat in de buurt
- * Iedereen met een abonnement kan de auto gebruiken
- * Kort gebruik is mogelijk

Zakelijke deelauto's voor bedrijven zijn op dit moment in opkomst op grote bedrijventerreinen. Dit maakt het voor werknemers van de bedrijven mogelijk om met het openbaar vervoer naar het werk te komen en zo de files te vermijden. En door de deelauto's zijn zij toch in staat met de auto externe relaties te bezoeken.

Bronnen - Websites

www.afvalmanager.nl	www.klooster.nieuwegein.nl
www.asnbank.nl	www.koophuis.nl
www.belastingdienst.nl	www.leeftijdophetwerk.nl
www.bksmobiel.nl	www.mvonderland.nl
www.bovag.nl	www.nationalesloopregeling.nl
www.climateneutralgroup.com	www.natuurenmilieu.nl
www.consuwijzer.nl	www.oikocredit.org
www.contract-onderwijs.nl	www.oneworld.nl
www.duurzamegroei.nl	www.or.nl
www.energiebesparen.nu	www.or-mans.nl
www.fairsales.nl	www.overheidenarbeid.nl
www.flandersdc.be	www.pomwvl.be
www.fnvbondgenoten.nl	www.raivereniging.nl
www.groenesleutel.be	www.rmu.org
www.ibki.nl	www.senternovem.nl
www.ikkan.nl	www.ser.nl
www.infomil.nl	www.triodos.nl
www.ivdm.nl	www.vkbanen.nl
www.kiesdenieuweband.nl	

Bronnen - Publicaties

Birkigt & Stadler (in van Riel, 2003)

Bolwijn & Kumpe (1998). Marktgericht ondernemen. Management van continuïteit en vernieuwing

Cooymans (1999). Bedrijf en Samenleving; voorbeelden van maatschappelijke betrokkenheid

Cramer (1999). Op weg naar duurzaam ondernemen. Koppeling van milieu en markt

Duurzaam Geld Gids (2008)

Duurzaam Ondernemen. De Vos&Jansen Marktonderzoek & DutchSpirit

EIM (2005). Sociale Innovatie in het MKB

ESB (2007). Duurzaam ondernemen economisch zinvol

GAVE (2007). De meest gestelde vragen over biobrandstoffen

Natrass & Altomare (1999). De Natuurlijke Stap in zaken

NOvAA (2007). Duurzaam ondernemen voor de MKB'er

OOMT (2009). Handboek Personeelsbeleid

TNO. Wat is diversiteitsmanagement?

Tulder van & Zwart van der (2003). Reputaties op het spel. Maatschappelijk verantwoord

ondernemen in een onderhandelingsamenleving

Rakhorst A. (2007). Duurzaam ontwikkelen... een wereldkans!

SenterNovem. Groen Beleggen