

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen motiveert en verlaagt stress

Werknemers houden rekening met MVO-criteria bij hun jobkeuze

Brussel, 9 december 2011 – Het nieuwste MVO-onderzoek¹ dat Securex, specialist inzake personeelsbeheer, uitvoerde bij Belgische werknemers in loonverband toont aan dat bijna 2/3 van de bedienden vertrouwd zijn met de term ‘MVO’. Bedienden hechten vooral belang aan MVO-initiatieven die hun eigen werkomgeving en welzijn verbeteren. Bovendien heeft de integratie van MVO in het bedrijfsbeleid een positieve invloed op stress, motivatie, performantie en verloopintentie. Werkgevers die zich bewust zijn van de voordelen van deze strategie kunnen op korte en lange termijn hun gemotiveerde en performante werknemers behouden én nieuwe en waardevolle talenten aantrekken die in de organisatie geloven.

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen volgens de ISO 26000 richtlijn

Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) is geen nieuw begrip en wordt bondig samengevat door Securex: *de bijdrage van een organisatie aan de duurzame ontwikkeling van milieu en maatschappij (inclusief gezondheid en welzijn), via transparant en ethisch gedrag*. Overleg met stakeholders of belanghebbenden van de onderneming maakt deel uit van dit proces. MVO ontgroeit zijn kinderschoenen en wordt belangrijker in de bedrijfswereld. De Internationale Organisatie voor Standaardisatie (ISO) heeft in 2010 de ISO 26000 richtlijn opgesteld. Deze ISO-richtlijn steunt op zeven kernthema's:

1. Bestuur van de organisatie (verantwoordelijkheid en integratie van MVO in organisatie)
2. Respecteren van de mensenrechten (met specifieke aandacht voor discriminatie en kwetsbare groepen)
3. Arbeidspraktijk (omgang van de organisatie met haar medewerkers)
4. Het milieu (zowel in directe omgeving als op globaal niveau, o.a. gebruik van natuurlijke bronnen, reductie vervuiling voorkomen, zich aanpassen aan het klimaat)
5. Eerlijk zakendoen (op goede manier relaties opbouwen met andere organisaties)
6. Consumentenaangelegenheden (o.a. correcte informatie geven, bevordering van duurzame ontwikkeling en consumptie voor iedereen)

¹ Deze studie is gebaseerd op twee steekproeven:

1) Het ZebraZone benchmarkonderzoek, uitgevoerd in België in 2011. De data verzamelden we via online enquêtes, uitgestuurd naar 5650 respondenten. Om een representatieve steekproef te maken, weerhielden we er 1015. De data verzamelden we met online enquêtes. Het jaarlijkse benchmarkonderzoek brengt onder meer de tevredenheid, stress, vitaliteit, motivatie en betrokkenheid van de Belgische loontrekkende werknemer in kaart. Zo krijgt u een helder beeld van actuele ontwikkelingen op de arbeidsmarkt en kan u de bedrijfseigen resultaten vergelijken met up-to-date arbeidsmarktgegevens.

2) Het Securex panel. Securex voert regelmatig online enquêtes uit bij een exclusieve groep van – momenteel – 1 138 panelleden. Het aantal respondenten voor dit MVO-onderzoek bedroeg 696. Om valide uitspraken te kunnen doen, selecteerden we hieruit de representatieve steekproef van 366 bedienden. U kan zelf lid worden van het panel en deelnemen aan onze onderzoeken. U wordt dan als eerste op de hoogte gebracht van de resultaten. Inschrijven kan via de website <http://www.securex.be/panel>. Momenteel beschikt ons panel nog niet over voldoende arbeiders. Daarom doen we hier enkel uitspraken over bedienden.

7. Betrokkenheid bij en ontwikkeling van de gemeenschap (bevordering en behoud van cultuur, kunst en werkgelegenheid en maatschappelijk investeren)

61% van de Belgische bedienden is vertrouwd met de term 'MVO'

In 2011 kent 61% van de Belgische bedienden de term 'maatschappelijk verantwoord ondernemen'. Er zijn verschillen volgens:

- **Opleidingsniveau:** 79% van de universitair opgeleide bedienden kent het begrip tegenover 57% van de hoger opgeleide bedienden en slechts 28% van de lager opgeleide bedienden.
- **Leidinggeven:** 70% van de bazen kent het begrip 'MVO', in vergelijking met 56% van hun ondergeschikte bedienden.
- **Bedrijfs grootte:** in de grootste bedrijven (meer dan 1 000 werknemers) zijn bedienden het vaakst vertrouwd met het begrip 'MVO'. Namelijk 69%, in vergelijking met 61% in bedrijven met 50 tot 249 werknemers, 60% in bedrijven met 250 tot 999 werknemers en 41% in bedrijven met minder dan 50 werknemers.
- **Gewest:** bedienden uit Brussel steken eruit met 70%, gevolgd door het Vlaams gewest (62%) en pas dan het Waals gewest (41%).

1. Alhoewel 'inzet voor de gemeenschap' een belangrijk kerndomein is, plaatsen bedienden hun eigen persoon eerst

De bedienden rangschikken de zeven kerndomeinen als volgt:

1. Werk in goede omstandigheden
2. Respecteren van de mensenrechten
3. Eerlijk aan zaken doen
4. Eerlijk zijn naar klanten toe
5. MVO integreren in de hele organisatie
6. Verantwoordelijkheid opnemen voor het milieu
7. Zich inzetten voor de gemeenschap

De zeven kerndomeinen spelen allen een significante rol voor de bedienden, **maar de eigen werkomstandigheden en mensenrechten zijn voor hen het belangrijkste**. Domeinen zoals 'milieu' en 'inzet voor de gemeenschap' vinden ze minder belangrijk.

2. De voorgaande stelling wordt nogmaals bevestigd door de MVO-initiatieven waaraan bedienden het meest belang hechten.

Top 5:

MVO-initiatief	Kerndomein
1. Gelijke kansen	Respecteren van de mensenrechten
2. Goede (ergonomische) werkomstandigheden	Werk in goede omstandigheden
3. Voldoende ontwikkelingsmogelijkheden	Werk in goede omstandigheden
Geen corrupt gedrag	Eerlijk aan zaken doen
4. Voldoende veiligheidsmaatregelen	Werk in goede omstandigheden
5. Voldoende opleidingsmogelijkheden	Werk in goede omstandigheden

Bedienden vinden quasi unaniem (98-99%) de hierboven vermelde MVO-initiatieven belangrijk. Vier van de zes initiatieven komen ook uit het kerndomein 'werk in goede omstandigheden'. Dit bevestigt de bevinding dat bedienden dit kerndomein en **hiermee hun eigen welzijn op het werk** het voornaamste vinden (zie eerder). Bedienden hechten vooral belang aan goede werkomstandigheden, veiligheid, ontwikkeling en opleiding.

Het is niet zozeer omdat andere initiatieven (o.a. goed leiderschap, balans werk-privé, recycleren, eerlijke concurrentie, non-discriminatie, fair trade producten verkopen, promoten van carpooling,...) als minder belangrijk gezien worden dat ze ook als onbelangrijk ervaren worden. De meerderheid van de bedienden vindt ze nog steeds belangrijk.

3. Ook Belgische ondernemingen plaatsen 'Werk in goede omstandigheden' op nummer 1

Top 5:

MVO-initiatief	Kerndomein
1. Voldoende veiligheidsmaatregelen	Werk in goede omstandigheden
2. Goede (ergonomische) werkomstandigheden	Werk in goede omstandigheden
3. Eerlijke concurrentie	Eerlijk aan zaken doen
4. Geen discriminatie	Respecteren van de mensenrechten
5. Voldoende opleidingsmogelijkheden	Werk in goede omstandigheden

Ook hieruit blijkt dat drie van de vijf initiatieven die organisaties volgens bedienden uitvoeren uit het kerngebied 'werk in goede omstandigheden' komen. Verder vinden we ook de kerndomeinen 'respecteren van de mensenrechten' en 'eerlijk aan zaken doen' – respectievelijk op de tweede en derde plaats – terug in deze top 5.

Dit wijst – ondanks enkele accentverschillen – op een relatief goede overeenstemming tussen waar bedienden belang aan hechten en wat werkgevers aan MVO-initiatieven doorvoeren.

4. Communicatie rond MVO kan beter

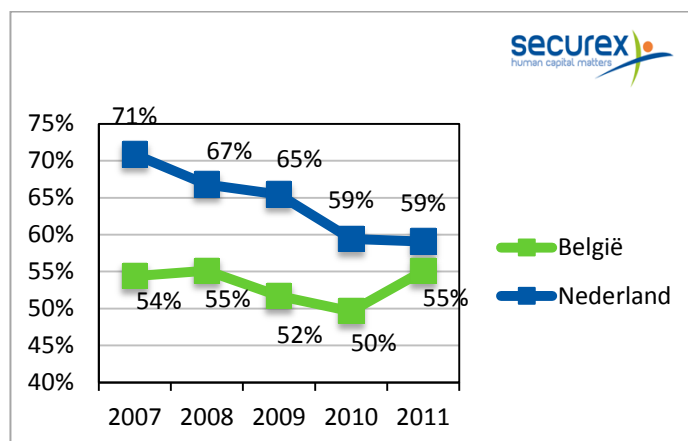
Minder dan de helft van de bedienden geeft aan dat zijn organisatie communiceert over zijn MVO-initiatieven. Niet alle organisaties communiceren in dezelfde mate:

- **Intern:** Bedienden uit organisaties in Brussel en uit organisaties met 250 tot 999 werknemers geven het meest aan dat **interne communicatie** over MVO plaatsvindt (58% en 59%). Bedienden uit Vlaamse en uit de kleinste organisaties (<50 werknemers) merken dat het minst (41% en 30%).
- **Extern:** Bedienden uit de kleinste organisaties en privébedrijven vinden dat hun bedrijf het **minst extern communiceert** over MVO (25% en 41%).

Belgische organisaties steunen goede doelen

55% van de Belgische werknemers zegt dat zijn organisatie goede doelen steunt en zich inzet voor maatschappelijke aangelegenheden. Dit cijfer is redelijk stabiel gebleven over de laatste 5 jaar (54% in 2007, 55% in 2008 en 52% in 2009:). De dip rond 2010 (50%) zouden we kunnen verklaren door de besparingen op MVO-maatregelen omwille van de economische crisis.

In 2011 verdwijnt ook het verschil tussen België en Nederland. Nederlandse werknemers vinden hun werkgever nu minder maatschappelijk geëngageerd op dit vlak dan in 2007.



Figuur 1: Evolutie 'Inzet voor maatschappelijke aangelegenheden en steun aan goede doelen' in België en Nederland

1. Grote bedrijven, overheidsbedrijven, organisaties in de quartaire sector en in de Brusselse regio blijken zich het meest actief in te zetten voor goede doelen

Vooraf de grootste bedrijven (>1000 werknemers) zetten zich maatschappelijk in en steunen goede doelen (**67%**). Ze worden gevolgd door bedrijven met 100 tot 199 werknemers (62%). Heel kleine bedrijven (<10 werknemers) en bedrijven met 200 tot

en met 249 werknemers tonen minder maatschappelijke inzet (respectievelijk 33% en 42%).

De maatschappelijke inzet is hoger in de quartaire sector (**66%**) dan in secundaire (44%) en tertiaire sectoren (52%). Ook werknemers aan de overheid denken vaker dat hun organisatie goede doelen steunt en zich maatschappelijk inzet (63%) dan werknemers uit de privésector (49%).

Tot slot menen werknemers in Brussel het vaakst (**63%**) en in Wallonië het minst vaak (**46%**) dat hun organisatie goede doelen ondersteunt en zich inzet voor maatschappelijke aangelegenheden. Vlaanderen bevindt zich tussenin met een percentage van 57%.

2. MVO stimuleert werknemers op meerdere vlakken ...

Zodra werknemers denken dat hun organisatie goede doelen steunt en zich inzet voor maatschappelijke aangelegenheden, versterkt dit hun productiviteit, tevredenheid, motivatie, veranderingsbereidheid, innovatie en ondernemingszin.

De studie bij de Belgische bedienden toont ook aan dat het invoeren van andere MVO-initiatieven (bijv. investeren in goed leiderschap, gelijke kansen voorzien naast opleidings- en ontwikkelingsmogelijkheden) hiertoe bijdraagt. **Ook het stressgehalte van de bedienden vermindert dan aanzienlijk.**

Het invoeren van MVO-initiatieven, zoals steun aan goede doelen en inzet voor maatschappelijke aangelegenheden, leidt dus zeker tot positieve gevolgen voor het bedrijf.

... die dan minder geneigd zijn de organisatie te verlaten

MVO speelt een belangrijke rol bij de verloopintentie. Verschillende MVO-initiatieven (voldoende ontwikkelings- en opleidingsmogelijkheden voorzien, investeren in goed leiderschap, ecologische doelstellingen hanteren en carpooling en/of openbaar vervoer promoten) zijn bij bedienden gelinkt aan een lagere verloopintentie.

Bovendien blijkt dat slechts 5% van de Belgische werknemers die in een onderneming werkt die goede doelen steunt en zich maatschappelijk inzet, van plan is om de organisatie op korte termijn te verlaten en 15% op lange termijn. Organisaties met minder maatschappelijke inzet hebben beide hogere percentages: respectievelijk 13% en 17%.

MVO beïnvloedt het aantrekken van nieuwe werknemers

90% van de Belgische bedienden die van plan zijn hun organisatie te verlaten (op korte of lange termijn) zal in zijn keuzeprocess rekening houden met het MVO-gedrag van een nieuwe werkgever. Zelfs bij een sollicitatie en keuze tussen twee

gelijkaardige jobs zal 93% van alle bedienden kiezen voor het bedrijf dat maatschappelijk verantwoord onderneemt.

MVO is belangrijk voor employer branding en speelt dus een belangrijke rol in het aantrekken van nieuwe mensen en nieuw talent. Werkgevers kunnen hierop makkelijk inspelen.

In hoeverre is MVO aanwezig in hun privéleven?

97% van de bedienden geeft aan zich in zijn privéleven op een maatschappelijk verantwoorde manier te gedragen. Dit kan perfect, aangezien **MVO veel meer is dan het steunen van goede doelen.**

Integreer MVO in het bedrijfsbeleid en ervaar alle positieve effecten

Een goede integratie van economische, milieu- en sociale overwegingen is goed voor elk individu, de samenleving, maar ook voor een bedrijf. MVO is gerelateerd aan positieve uitkomsten voor bedrijven: hogere organisatiebetrokkenheid, lager verloopintentie en verloop, minder verzuim, meer jobtevredenheid en meer vertrouwen bij klanten. Bovendien kan MVO een positieve impact op de financiële bedrijfsresultaten hebben.

Securex

Securex biedt specifieke expertise, adviezen en innovatieve oplossingen in alle domeinen van het beheer van het menselijk kapitaal en gelooft dat voor de groei van een onderneming niets belangrijker is dan haar medewerkers. De baseline luidt dan ook '*human capital matters*'. Het zopas verkregen *Investors in People* certificaat bewijst dat het bedrijf al met zijn eigen personeel begint. Tot zijn klantenportfolio behoren particulieren, starters en zelfstandigen, maar ook kleine, middelgrote en grote ondernemingen en openbare besturen.

De Securex Groep steunt op 6 kerncompetenties: HR Services, Health & Safety, HR Insurance, HR Consulting, Social Admin en HR Research. Securex biedt een brede waaier aan producten en diensten, gaande van een ziekenfonds voor particulieren, loonadministratie en aangepaste verzekeringsproducten tot en met specifiek advies op het vlak van talent management, preventie en welzijn op het werk, rekrutering en HR interim management voor bedrijven en zelfstandigen.

Securex behaalde in 2010 een omzet van 225 miljoen euro. De Groep is actief in België, Frankrijk en Luxemburg en telt 1.600 medewerkers verdeeld over 29 regionale kantoren. Zij verzorgen de dienstverlening voor meer dan 150.000 particulieren en bedrijven, voor meer dan 110.000 zelfstandigen en meer dan 6.500 bevoorrechte partner-boekhouders, -makelaars en -accountants.

Perscontacten

Securex

Bo De Ridder - Press Relations

Tel. 02 729 92 78 - E-mail: bo.de.ridder@securex.be

Thierry Constant – Group Communication Manager

Tel. 02 729 94 11 – E-mail: thierry.constant@securex.be

Sint-Michielswarande 30

1040 Brussel

Interel Belgium

Marie-Amelie Lenaerts

Tel. 02 761 66 24 - E-Mail: marie-amelie.lenaerts@interel.be

Tervurenlaan 402

1150 Brussel