



Casus 4.7 Milieuorganisaties geven impuls aan MVO

Druk van milieuorganisaties op het bedrijfsleven heeft het maatschappelijk verantwoord ondernemen een flinke stap vooruit geholpen, stelt NWO-onderzoeker Mariëtte van Huijstee. Bedrijven anticiperen op de kritiek van milieuorganisaties. Van Huijstee promoveert op vrijdag 16 april aan de Universiteit Utrecht.

Milieuorganisaties eisen steeds vaker dat bedrijven producten en productiemethoden mens- en milieuvriendelijker maken. Voor de 'bestoekte' bedrijven is het contact met deze milieuorganisaties vast onderdeel geworden van maatschappelijk verantwoord ondernemen. De interactie is voor veel bij het publiek bekende multinationals een must geworden, al is het maar om een reputatie veilig te stellen, zo stelt promovenda Mariëtte van Huijstee. Zij onderzocht de interactie tussen niet-gouvernementele organisaties (NGOs) en bedrijven. Sommige contacten leiden tot partnerschappen, andere blijven vijandig.

Steeds meer partnerschappen

Het aantal bedrijven en organisaties dat deelneemt aan partnerschappen, is de afgelopen tien jaar sterk toegenomen. Het Wereld Natuur Fonds (WNF) ontvangt bijvoorbeeld uitnodigingen voor overleg en samenwerking van een steeds verder uitdijende groep bedrijven. Rabobank heeft de routine om verschillende NGOs proactief te betrekken bij de ontwikkeling van haar beleid om maatschappelijk verantwoord te ondernemen. De partnerschappen breiden zich bovendien steeds meer uit naar alle bedrijven die bij de productie van goederen en diensten betrokken zijn: van begin tot eind van de keten. Van Huijstee introduceert de term 'private verantwoordelijkheidsarrangementen' voor de steeds meer gestandaardiseerde samenwerking tussen bedrijven en gematigde NGOs.

'Radicalen' houden belangrijke rol

Hoewel milieugroeperingen en bedrijven steeds vaker samenwerken, is het hoogst onwaarschijnlijk dat de meer radicale NGOs zoals Milieudefensie ooit intensief betrokken zullen raken bij deze coöperatieve arrangementen met conventionele multinationals. Toch spelen deze radicalere, kritische NGOs een belangrijke rol. Acties van de 'radicalen' zijn voor bedrijven in veel gevallen de reden om met de gematigde, op samenwerking geïntendeerde NGOs te participeren.

Overheid hoort er ook bij

Bedrijven die niet bekend zijn bij consumenten, zijn relatief ongevoelig voor acties van kritische groeperingen, en ontsnappen daarmee aan de druk om aan private verantwoordelijkheidsarrangementen deel te nemen. De onderzoekster benadrukt dat NGOs en bedrijven de hulp van overheden



nodig hebben om maatschappelijk verantwoord ondernemen breed in het bedrijfsleven te internaliseren.

Het promotieonderzoek 'Bedrijven en NGOs in interactie, een zoektocht naar maatschappelijk verantwoord ondernemen' werd uitgevoerd aan de Universiteit Utrecht in het kader van het onderzoeksprogramma 'Partnerships for sustainable development' dat gefinancierd wordt door het NWO-programma Gamma-Onderzoek milieu, omgeving, natuur (GAMON).

Bron: Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek, 15 april 2010

- 1 Worden niet-gouvernementele organisaties tot de primaire of secundaire stakeholders gerekend? Motiveer uw antwoord.
- 2 Waarom is voor bij het *publiek bekende bedrijven* interactie met niet-gouvernementele organisaties een must geworden?
- 3 In de tekst wordt met name de relatie van NGO's met multinationale ondernemingen benadrukt. Waarom zijn multinationale ondernemingen vaak het doelwit van NGO's?
- 4 Geef aan wat de voordelen zijn voor een bedrijf als Rabobank een partnerschap aan te gaan met het Wereld Natuur Fonds. Zoek op internet om welke partnerschappen het gaat.
- 5 Wat zijn de mogelijke voor- en nadelen van samenwerking met een private onderneming voor een NGO als het WNF?
- 6 Waarom is het onwaarschijnlijk dat de meer 'radicale' NGO's ooit betrokken zullen raken bij coöperatieve projecten met multinationals?
- 7 Hoe kan de overheid ertoe bijdragen dat MVO breed in het bedrijfsleven wordt geïnternaliseerd?