

VERSLAG ORDINA STAKEHOLDERDIALOOG

Datum: 21 januari 2010

Plaats: Ordina hoofdkantoor, Nieuwegein

Op 21 januari ging Ordina voor het eerst in gesprek met een diverse groep stakeholders over haar MVO beleid. De belangrijkste boodschappen van de stakeholders waren:

- Ordina is qua dienstenportfolio een mainstream bedrijf dat op zoek is naar hoe zij MVO het best kan invullen in haar dienstverlening en daarmee een verschil kan maken. Dit is mogelijk als Ordina bereid is nog scherper keuzes te maken en knopen door te hakken. Stakeholders gaven aan dat Ordina meer scherpere zou kunnen aanbrenge in het MVO beleid.
- De positie die Ordina op MVO-gebied inneemt kan bijdragen aan het scherper neerzetten van Ordina's identiteit.
- De initiatieven die binnen Ordina gestart zijn én het klantprofiel van Ordina bieden zonder meer kansen voor het inbedden van duurzaamheid in de bedrijfsvoering. Een aantal quick wins ligt voor het oprapen.
- Ordina heeft zich open en kwetsbaar opgesteld, waardoor het voor alle betrokkenen een waardevolle middag kon worden.

Welkom

De bijeenkomst begon met een welkomstwoord door Ronald Kasteel (CEO), waarin hij zijn waardering uitsprak voor het feit dat zo velen bereid waren om een middag vrij te maken voor een duurzaamheidsdialoog met Ordina. Hij sprak de hoop uit geïnspireerd te worden met nieuwe inzichten, ideeën en beelden op het gebied van MVO. Na het welkomstwoord van Ronald Kasteel lichtte Tom Rodrigues (adviserend lid van de Raad van Bestuur) het huidige MVO beleid en de MVO-ontwikkelingen van Ordina toe.

Presentatie Tom Rodrigues

De heer Rodrigues gaf om te beginnen een korte schets van de ontwikkeling die het MVO beleid van Ordina heeft doorgemaakt. De focus lag voorheen vooral op 'doen' via projecten en programma's. Hierbij lag het accent vooral op de people kant. Nu is Ordina bezig met de verankering van beleid in de organisatie en met het verbreden van het beleid van People, naar People en Planet met een goede balans tussen deze twee onderdelen.

Ordina wil in haar MVO aanpak explicieter en transparanter worden, dat betekent onder andere dat er meer verantwoording over het gevoerde beleid wordt afgelegd in het jaarverslag. In 2010 zal hiermee een eerste, beperkte start worden gemaakt aan de hand van de GRI richtlijnen. Het is de bedoeling de rapportage de komende jaren verder uit te breiden. Het MVO beleid van Ordina richt zich op dit moment op drie focusgebieden: 1) Duurzaamheid van de eigen bedrijfsvoering, 2) participatie en diversiteit, en 3) internationale ontwikkelingsprojecten.

Als het gaat om duurzaamheid van de bedrijfsvoering richt zich dit vooral op planet aspecten en zowel intern (het kantoor) als extern (mobiliteit en dienstverlening). Aangezien de verankering in de dienstverlening een relatief nieuw aspect van het MVO beleid is, bestaan hier nog een aantal vragen en dilemma's over. Zoals, hoe geef je hieraan invulling richting klanten? Als standaard onderdeel van de dienstverlening, als optie of als aparte dienst. Bij de start van een project worden regelmatig gesprekken gevoerd over duurzaamheid maar het verschilt per project hoeveel ruimte daar voor is. Ordina wil haar ideeën over duurzaamheid aan de ene kant delen met haar klanten, maar ziet ook dat zij zelf verantwoordelijkheden heeft richting leveranciers. Ordina wil de eigen overtuiging uitdragen, in ieder geval naar de directe leveranciers van producten en diensten.

Presentatie stakeholder perceptie

Na de presentatie van de heer Rodrigues gaf de VBDO inzicht in de stakeholder perceptie van Ordina, aan de hand van haar eigen analyse en de resultaten van de enquête.

VBDO analyseert bedrijven aan de hand van publiek beschikbare informatie. Op dit moment is de informatie over het MVO beleid van Ordina vrij beperkt, maar uit het document dat voorafgaand aan de stakeholderdialoog verspreid is blijkt dat het beleid in ontwikkeling is. Daarom beperkte de VBDO zich in haar presentatie tot een aantal suggesties voor verbetering. Ten eerste is het goed om het MVO beleid direct te integreren in het algemeen beleid, het op te nemen in de strategie, om zo tot een goede balans tussen people, planet en profit te komen. Daarnaast was VBDO blij om te horen dat Ordina van plan is dit jaar te starten met een, als is het nog een beperkte, rapportage conform GRI richtlijnen. Hierdoor wordt de informatie overzichtelijker en beter vergelijkbaar. Ten slotte ziet de VBDO graag dat bedrijven KPI's stellen op het gebied van duurzaamheid en aan deze KPI's ook kwantificeerbare doelstellingen verbinden. Hierdoor wordt voor stakeholders duidelijk wat er bereikt is in het afgelopen jaar en wat zij van Ordina kunnen verwachten op de korte en lange termijn.

Ter voorbereiding van de stakeholderdialoog is aan alle genodigden gevraagd een enquête in te vullen over het MVO beleid van Ordina. Uit deze enquête kwam naar voren dat men de focusgebieden die zijn gekozen relevant vindt voor de onderneming. Daarnaast hadden de stakeholders ook een aantal suggesties voor verbetering. Ten eerste kan het MVO beleid duidelijker worden geformuleerd, kan de rapportage worden verbeterd en stakeholders verwachten dat Ordina zich doelen stelt ten aanzien van MVO.

Dialoog

De enquêteresultaten vormden input voor de twee discussierondes die volgden. In de eerste ronde werd stakeholders gevraagd na te denken over 'wat' en 'hoe' op het gebied van duurzaamheid in de eigen bedrijfsvoering, arbeidsparticipatie en diversiteit, MVO rapportage en communicatie. In de tweede ronde kwam een aantal dilemma's aan de orde waar stakeholders werd gevraagd mee te denken. De dilemma's richtten zich op klanten, mobiliteit en de vraag of je met MVO geld mag verdienen.

Duurzaamheid in de eigen bedrijfsvoering

Op dit moment richten de duurzaamheidsactiviteiten zich vooral op intern en nog beperkt op de dienstverlening. Ordina zou meer naar buiten kunnen treden met informatie over duurzaamheid. Bijvoorbeeld over besparingen en winst die klanten kunnen realiseren, of in de toepassing van ICT of met behulp van ICT. Ordina kan hierbij ook een duidelijke boodschap richting klanten laten horen en duurzaamheid prominenter meenemen in de offertes.

De suggesties voor Ordina die voortkwamen uit de discussie rondom de duurzaamheid in de eigen bedrijfsvoering waren dat Ordina inzichtelijk kan maken hoe klanten geholpen kunnen worden om duurzame winst te maken en daarbij duidelijk de balans tussen de drie P's laten zien.

Arbeidsparticipatie en diversiteit

Ordina zou meer samen kunnen werken met klanten aan duurzame winst op het gebied van arbeidsparticipatie. Door mensen niet uit te sluiten, maar in te "sluiten" wordt er meer winst gegenereerd voor de onderneming en voor de maatschappij. Ordina is diverse initiatieven gestart om mensen met een beperking begeleid in te zetten bij opdrachtgevers; de stakeholders zien voor Ordina mogelijkheden voor een voortrekkersrol op dit gebied. Ze vinden dat Ordina de initiatieven pro-actiever aan klanten zou kunnen aanbieden als (standaard)optie in offertes. Ten slotte is het belangrijk dat het de initiatieven ook intern worden gedragen.

MVO rapportage en communicatie

Ordina moet niet een apart duurzaamheidsverslag maken maar direct de MVO informatie integreren in het financiële jaarverslag. Hierbij moet wel de kwaliteit van de MVO

informatie gewaarborgd blijven en kan bekeken worden in welke mate de data verzameling kan worden geïntegreerd met de financiële data verzameling. Integratie kan ook leiden tot meer regelmatige updates, net zoals dat nu bij de financiële cijfers gebeurt. De stakeholders kwamen met een aantal KPI's waar Ordina zich op zou kunnen richten en waar ook doelstellingen aan verbonden kunnen worden.

- Diversiteit en dan verder dan man/vrouw, maar zorg dat medewerkers een afspiegeling zijn van de maatschappij en de klanten
- CO2 neutraal
- Het nieuwe werken
- Duurzaam inkopen
- Klant/medewerkertevredenheid
- Duurzame uren

Bij communicatie en rapportage is het belangrijk dat daden de woorden ondersteunen, dat doelen SMART worden geformuleerd en dat werknemers bij het opstellen van het verslag worden betrokken.

In de tweede ronde gingen stakeholders aan de slag met verschillende dilemma's rondom duurzaamheid.

Klanten

In de tweede discussie ronde boog een aantal stakeholders zich over het dilemma of Ordina duurzaamheid aan klanten moet opleggen door ongevraagd de meest duurzame service te bieden of dat het juist een optie moet blijven. Het antwoord hierop hangt voor een groot deel samen met de identiteit van Ordina. Hoe duurzaam wil je zijn? Wil Ordina een bedrijf zijn dat alleen duurzame diensten biedt of wil Ordina duurzame diensten als optie in het pakket aanbieden? Hierbij werd de vergelijking gemaakt met Triodos/ASN, met alleen duurzame beleggingsproducten, versus ING, met duurzame beleggingsproducten, naast het aanbod van reguliere beleggingsproducten. Het advies van de stakeholders was om te starten met een duidelijke ondergrens over wat Ordina wel en niet wil en daar acties aan te verbinden. Ordina kan vervolgens verder invulling geven aan duurzaamheid in de dienstverlening. Verdere invulling en inbedding van MVO in de dienstverlening lijkt goed bij Ordina te passen. De stakeholders vinden een dienstenportfolio met ook, maar niet alleen maar duurzame diensten, het best bij Ordina passen. Hoe ver Ordina wil gaan in haar duurzame positionering, is een strategisch 'identiteits' vraagstuk voor Ordina. Door hier actief mee aan de slag te gaan, kan een helder MVO-beleid bijdragen aan meer scherpte ten aanzien van Ordina's eigen identiteit. Voldoende draagvlak onder de medewerkers is hiervoor een voorwaarde.

Mobiliteit

De tweede groep boog zich over het spanningsveld tussen duurzame en flexibele service bieden aan klanten en het beperken van (auto)mobiliteit. De belangrijkste boodschap uit deze groep was dat hierbij geen one size fits all oplossing is maar dat de mogelijkheden om autogebruik terug te brengen afhankelijk is van de aard van het project en de werkzaamheden. Verder speelt de vertrouwensband tussen de klant en de Ordina medewerkers hierbij een erg belangrijke rol. Het is belangrijk dat Ordina hierover wel het gesprek blijft aangaan en suggesties ondersteunt met goede ervaringen.

Geld verdienen met MVO

Ten slotte vroeg Tom Rodrigues zich in zijn presentatie af of het toegestaan is om geld te verdienen met MVO activiteiten. Stakeholders gaven aan dat dit inderdaad mag, en dat het zelfs een randvoorwaarde is. Hierbij moet wel een onderscheid gemaakt worden tussen de korte en lange termijn. Het zou kunnen zijn dat keuzes voor lange termijn duurzame winst op de korte termijn geld kosten.

Conclusies

De belangrijkste boodschappen van de stakeholders waren dat Ordina qua dienstenportfolio een mainstream bedrijf is, dat op zoek is naar hoe zij MVO het best kan verankeren in de bedrijfsvoering en in de dienstverlening en daarmee een verschil kan maken. Om een stap verder te komen, werd geconcludeerd dat het van belang is dat Ordina op MVO gebied

scherper keuzes maakt en knopen doorhakt. Tegelijkertijd werd de openheid en kwetsbare houding die de Raad van Bestuur en medewerkers van Ordina gedurende de middag innamen, zeer gewaardeerd. Meermalen werd opgemerkt dat Ordina hier best bijzonder in is en haar voordeel mee kan en zou moeten doen. Stakeholders gaven duidelijk aan dat er meer scherpte kan en moet komen in het MVO beleid van Ordina, zeker als Ordina daarmee een verschil wil maken.

Tegelijkertijd was er een breed gedragen beeld dat Ordina al meer dingen op MVO-gebied doet dan veel aanwezigen zich van te voren hadden gerealiseerd en dat een verdere invulling en inbedding van MVO goed bij Ordina lijkt te passen. Een positief punt hierbij is dat ook het klantprofiel van Ordina goed aansluit bij de verdere ontwikkeling van duurzaamheid. Door hier actief mee aan de slag te gaan, kan een helder MVO-beleid bijdragen aan meer scherpte ten aanzien van Ordina's eigen identiteit. Wie wil je zijn en welke keuzes en consequenties verbind je hieraan?

Na deze samenvatting gaf Ronald Kasteel aan dat het voor hem een leerzame en inspirerende middag was geweest. Dat hij als belangrijkste boodschap meenam dat Ordina scherpte kan en moet aanbrengen in haar beleid en dat hij dat zeker ter harte nam. Hij gaf aan volgend jaar graag opnieuw met stakeholders in dialoog te willen gaan om de dan geboekte resultaten te kunnen laten zien.