

PERSBERICHT

Brussel • 7 juni 2018

Belgische ondernemingen en duurzaamheid: een werk van lange adem Een stand van zaken van duurzaam zakendoen in België

Belgische ondernemingen geven zichzelf een gemiddelde duurzaamheidsscore van 6,4/10. Daarmee erkennen ze dat ze nog een lange weg af te leggen hebben. De toekomst oogt niettemin positief: veel bedrijven denken dat duurzaamheid aan belang zal winnen en zeggen er meer aandacht aan te willen besteden, ook al blijft hun budget ongewijzigd. Dat zijn de voornaamste conclusies van een nieuwe studie van de Antwerp Management School (AMS) in samenwerking met ING België over de stand van zaken en resultaten op het vlak van duurzaamheid in Belgische ondernemingen.

Belgische ondernemingen geven zichzelf gemiddeld 6,4/10 voor duurzaamheid

Uit de studie – waarin gegevens over 293 Belgische ondernemingen zijn verwerkt – blijkt dat Belgische bedrijven zichzelf gemiddeld 6,4/10 geven voor duurzaamheid en dat minder dan 10% zich beschouwt als een voortrekker op het vlak van duurzaamheid. Daar staat tegenover dat bijna 9 op de 10 bedrijven beweert oog te hebben voor duurzaamheid, al zien Vlaamse ondernemingen er meer voordelen in dan hun Waalse tegenhangers. Bedrijven uit Vlaanderen leggen om hun duurzaamheid te vergroten ook sterker de nadruk op productinnovatie en laten meer ruimte voor betrokkenheid van hun werknemers (31%, tegenover 8% bij Waalse bedrijven).

De helft van de bedrijven zegt dat hun interne motivatie voor duurzaamheid vooral is ingegeven door ethische motieven. Alle andere courante motieven houden echter rechtstreeks verband met de economische voordelen voor het bedrijf: kosten besparen (37,1%), het bedrijf toekomstbestendig maken (29,7%), het bedrijfsimago verbeteren (28,9%) en de betrokkenheid en trots van het personeel vergroten (27,7%).

Jean-Pierre Verbeken van ING België: “Door samen te werken met AMS voor deze studie willen we onze klanten helpen om de uitdagingen die gepaard gaan met klimaatverandering en snel veranderende technologie om te vormen tot kansen. Deze studie helpt ons om onze klanten een beter inzicht te geven in hoe een onderneming met succes haar eigen verduurzamingsproces op gang kan brengen. Zo willen we hen helpen om een stap voor te zijn, in het leven en in zaken.”

Nationale en internationale normen belangrijkste externe drijfveren voor Belgische ondernemingen om te werken aan duurzaamheid

De studie schetst niet alleen hoe het op dit ogenblik in België is gesteld met duurzaamheid, maar staat ook stil bij enkele belangrijke praktische aspecten van het proces dat bedrijven doorlopen wanneer zij werken aan duurzaamheid. Zo beschrijft ze de verwachtingen en ervaringen van ondernemingen met betrekking tot de impact van duurzaamheid, de hindernissen die zij ondervinden op weg naar duurzaamheid en de lessen die zij uit het veranderingsproces getrokken hebben.

Uit de studie blijkt dat de voornaamste externe drijfveren om te verduurzamen de nationale en internationale normen, wetten en regelgeving, de vraag van de markt naar duurzaamheid en ideeën van werknemers zijn. Interessant is dat bijna de helft van de respondenten wil dat de overheid duurzaam zakendoen verplicht maakt – een roep die luider klinkt bij grotere ondernemingen. De resultaten lijken dan ook te suggereren dat duurzaamheid niet wordt gezien als een factor waarmee een bedrijf zich onderscheidt van de concurrentie, maar als elementair voor het bestaansrecht van de onderneming.

Werknemers beschouwd als voornaamste interne hindernis op weg naar duurzaamheid

Tegelijk vinden ondernemingen verrassend genoeg dat de grootste hindernis op weg naar duurzaamheid hun eigen werknemers zijn, al erkennen ze dat die een belangrijke drijvende kracht zijn. Professor Lars Moratis van AMS: *“Voor mij toont dit aan dat bedrijven beseffen dat het de moeite loont om hun werknemers te betrekken, maar daar in de praktijk mee lijken te worstelen. Dat suggereert dat HR op het vlak van duurzaamheid een belangrijke rol te vervullen heeft.”* Bedrijven zeggen dat voor hun werknemers vooral een gebrek aan kennis, tijd en enthousiasme een drempel vormt. Andere interne hindernissen zijn het management en de raad van bestuur.

Bedrijven worden ook geconfronteerd met externe obstakels. De voornaamste externe hindernis zijn leveranciers, op de voet gevolgd door investeerders, kredietverstrekkers en klanten. Dat komt vooral door een gebrek aan geld om te investeren in duurzaamheid en sluit aan bij de vaststelling dat kostenbesparingen een van de belangrijkste motieven zijn om te verduurzamen.

Bevindingen en positieve vooruitzichten

Globaal genomen leiden de resultaten tot twee belangrijke bevindingen:

- Bedrijven moeten actiever met hun werknemers in dialoog gaan over duurzaamheid en meer aandacht besteden aan hun kennis van en tijd en enthousiasme voor duurzaamheid. Op dit vlak kan HR echt een belangrijke rol spelen.
- Duurzaamheid zou structureel verankerd moeten worden in de systemen en structuren van een onderneming. Ze zou van onderuit moeten ontstaan en kan bijdragen aan de economische en financiële resultaten van een bedrijf.

Hoewel de meeste bedrijven het eens zijn met de stelling dat de aandacht voor duurzaamheid snel kan verzwakken, oogt de toekomst positief. Bedrijven verwachten dat duurzaamheid in de komende drie jaar steeds zwaarder zal doorwegen in de strategische besluitvorming. Tegelijk zijn ze van plan om binnen het huidige budget meer te doen op het vlak van duurzaamheid.

Meer informatie:

Persteam ING België: + 32 2 547 24 84, pressoffice@ing.be
Persteam Antwerp Management School +32 3 265 47 33 of +32 486 494 387,
anja.tys@ams.ac.be

Het persbericht, de volledige studie en het boekje met interviews waarin ondernemers en duurzaamheidsmanagers bedrijven die een duurzaamheidsinitiatief willen starten of aanwakkeren, praktische inzichten en suggesties geven, zijn ook te vinden op www.ing.be/over en op www.antwerpmanagementschool.be/sustainablechange.
