

Ondernemers in Noord-Nederland kunnen sinds kort met een gratis digitale scan meten hoe duurzaam hun bedrijf is en hoe goed zij hierover communiceren. Deze scan is ontwikkeld door CODIN (Contactnet Duurzame Innovatie Noord-Nederland) in samenwerking met Syntens en drie 'duurzame' noordelijk communicatieadviesbureaus: Groot Haar + Orth, Statement en Comm'Art.



Hoe duurzaam onderneemt u? En hoe communiceert u daarover?

Doe de Duurzaamheids- (communicatie)scan!

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) is niet meer weg te denken uit onze samenleving. Bedrijven, overheden en instellingen zetten steeds meer in op de verduurzaming van hun inkoop, productieprocessen en bedrijfsvoering. Als ze hierover vervolgens op passende wijze communiceren, is dat gunstig voor hun naamsbekendheid, zichtbaarheid en imago. Helaas is de praktijk vaak anders: organisaties die actief duurzaam ondernemen vergeten hierover te communiceren en organisaties die vrijwel niets doen, voeren het hoogste woord. Tijd voor actie!

Open source

Drie Noord-Nederlandse communicatieadviesbureaus bundelden hun kennis en ervaring op MVO-gebied en ontwikkelden samen met CODIN en Syntens de gratis en open source scan. Deze bestaat uit 32 vragen die ondernemers en managers in circa 10 minuten zélf kunnen invullen. Zodra alle vragen zijn beantwoord, laat een grafiek zien hoe de organisatie ervoor staat. Hoe groener de grafiek, des te duurzamer de onderneming en des te beter de communicatie. Laat de grafiek rode of oranje kleuren zien, dan valt er nog wat te verbeteren en zal er een tandje bijgezet moeten worden.

Free publicity

Bij communicatie over duurzaamheid gaat het om het vinden van de juiste balans: niet teveel communiceren, maar ook zeker niet te weinig. Sommige organisaties zijn actief bezig met de verduurzaming van hun bedrijfsvoering, maar communiceren daar niet of nauwelijks over. Zij doen zichzelf daarmee tekort en laten kansen liggen op het vlak van free publicity, zichtbaarheid en imagoverbetering. Andere organisaties doen vrijwel niets op het gebied van MVO, maar schetsen in hun communicatie een beeld van een groene, duurzame en maatschappelijk verantwoord onderneming. Dit wordt *green washing* of *window dressing* genoemd. Vroeg of laat vallen deze organisaties door de mand. Eerlijkheid duurt het langst en is dus het meest duurzaam.

Professionele hulp

Hoewel de zelfscan slechts een globaal beeld geeft van de situatie, zet ze wel aan tot nadenken en geeft ze richting aan eventuele vervolgstappen. Ondernemers en managers kunnen

daarbij professionele hulp inschakelen. Bijvoorbeeld via een innovatieadviseur van Syntens, die hen op weg kan helpen bij het verduurzamen van onder andere inkoop, innovatie en productie. Voor het optimaliseren van de communicatie richting in- en externe stakeholders kan men terecht bij één van de drie betrokken communicatieadviseurs. Door regelmatig te publiceren over de MVO-ambities, -activiteiten en -resultaten, kunnen bedrijven en organisaties positieve aandacht krijgen en kunnen naamsbekendheid, zichtbaarheid en imago structureel verbeteren.

Contactpersonen

CODIN: Peter Bootsma: www.codin.nl
Syntens, Pieter Diphooorn: www.syntens.nl
Groot Haar + Orth (Leeuwarden),
Ton Groot Haar: www.gho.nl
Statement (Groningen), Ron Overbeek:
www.statement.nl
Comm'Art (Assen), Andre Staas:
www.commart.nl

Doe de scan:

<http://www.codin.nl/zelfscan>



Contactnet Duurzame Innovatie Noord-Nederland

Zelfscan Duurzaam Communiceren

“Organisaties die actief duurzaam ondernemen vergeten hierover te communiceren en organisaties die vrijwel niets doen, voeren het hoogste woord. Tijd voor actie!”