



TOEGEVOEGDE WAARDE MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN

**Onderzoek bij
verzekeringmaatschappijen in
Noord-Nederland**

Anita van den Hof 355410

TOEGEVOEGDE WAARDE MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN

Onderzoek bij
verzekeringsmaatschappijen in
Noord-Nederland

3 juli 2013

Hanzehogeschool Groningen
Instituut voor Financieel Economisch Management

In opdracht van Lectoraat Duurzaamheid FEM

Opdrachtgever: Margreet Boersma

Begeleidend docent: Ton Hanema

Anita van den Hof

355410

Samenvatting

Dit rapport staat in het teken van maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) bij verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland. Om antwoord te geven op de hoofdvraag: “Welke toegevoegde waarde kan MVO hebben voor verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland en in hoeverre zijn ze ermee bezig?”, heb ik vier interviews afgenomen met verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland en heb ik deskresearch gedaan naar de werkzaamheden van verzekeringsmaatschappijen en de theorie over MVO.

Er zijn twee soorten verzekeringen: schadeverzekeringen en sommenverzekeringen. Het verschil tussen deze twee is dat schadeverzekeringen de geleden schade verzekeren en uitkeren en sommenverzekeringen een vooraf overlegd bedrag uitkeren in plaats van de geleden schade. De werkzaamheden van een verzekeringsmaatschappij zijn voornamelijk het adviseren van consumenten over verzekeringen, het afsluiten van verzekeringen, de betaalde premies van deze verzekeringen beleggen en het uitkeren van verzekeringen. Op deze werkzaamheden is veel controle vanuit de Autoriteit Financiële Markten (AFM) en De Nederlandse Bank (DNB). Daarnaast is er het Verbond van Verzekeraars. Dit is een belangenvereniging waar verzekeringsmaatschappijen lid van kunnen worden. Dit verbond stelt gedragscodes is waaraan de leden zich moeten houden. De verzekeringsmaatschappijen die ik heb geïnterviewd zijn allen lid van dit verbond.

Voor MVO zijn er verschillende definities. In alle definities die er zijn over MVO komen de dimensies “People, Planet, Profit” aan de orde. Hierbij staat People voor sociaal, Planet voor ecologisch en Profit voor economisch. Ook zijn er verschillende MVO standaarden om MVO toe te passen. ISO 26000 is hier één van. Deze standaard kan voor elk bedrijf worden toegepast zowel nationaal als internationaal. Echter kunnen de thema’s van deze standaard niet worden gemeten, maar geeft het adviezen met betrekking tot MVO. De thema’s die ISO 26000 hanteert zijn: behoorlijk bestuur, mensenrechten, arbeidsomstandigheden, het milieu, eerlijk zakendoen, klant/consument-aangelegenheden en betrokkenheid bij en ontwikkeling van de gemeenschap. Met betrekking tot de verzekeringsmaatschappijen speelt verantwoord beleggen ook een grote rol. Dit omdat het doen van beleggingen één van de kernactiviteiten is van een verzekeringsmaatschappij. Het Verbond van Verzekeraars heeft voornamelijk gedragscodes gemaakt met betrekking tot verantwoord beleggen. De leden van dit verbond dienen zich aan deze gedragscodes te houden. Daarnaast beleggen verzekeringsmaatschappijen vooral in obligaties omdat deze erg stabiel zijn in vergelijking met andere beleggingsproducten.

De MVO activiteiten die het MKB uitvoert komen gedeeltelijk overeen met de MVO activiteiten die verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland uitvoeren. Echter zijn er ook verschillen. Zo worden er wel trainings- en ontwikkelingsprogramma’s aangeboden bij verzekeringsmaatschappijen en wordt hier ook gebruik van gemaakt. Bij het MKB wordt het transport verminderd wat bijdraagt aan een beter milieu. Bij de verzekeringsmaatschappijen vindt er niet veel transport plaats, alleen het woon-werkverkeer van personeel. Voor overige MVO activiteiten betreffende verzekeringsmaatschappijen en het MKB verwijs ik u naar hoofdstuk 4 van dit rapport.

MVO kan wel degelijk toegevoegde waarde leveren voor verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland. Dit kan voornamelijk door als verzekeringsmaatschappij stil te staan bij People, Planet en Profit. Hierdoor wordt duidelijk dat een verzekeringsmaatschappij niet alleen streeft naar winst, maar ook naar een duurzame samenleving. Daarnaast kan MVO ook winstgevend zijn voor een verzekeringsmaatschappij door bijvoorbeeld het energieverbruik te verminderen. Hierdoor zijn er minder kosten met betrekking tot de energiekosten. Ook is het belangrijk voor verzekeringsmaatschappijen in deze tijd het vertrouwen met de klant/consument op te bouwen.

Voorwoord

In handen heeft u het rapport over maatschappelijk verantwoord ondernemen bij verzekeringzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland. Dit rapport is onderdeel van het Honours Talentprogramma dat ik volg binnen het instituut Financieel Economisch Management van de Hanzehogeschool te Groningen. Hier volg ik de opleiding Bedrijfseconomie en zit nu in het derde jaar.

Ik vond dit een erg interessante opdracht. Het was erg leerzaam om in te gaan op verzekeringzekeringsmaatschappijen en maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO). Zelf zit ik (nog) niet zoveel in de verzekeringsbranche maar door dit onderzoek weet ik er nu meer van af. Ook komt MVO soms in de studiestof van mijn opleiding voor, maar nu ben ik er veel dieper op ingegaan. Ik heb MVO gerelateerd aan de verzekeringsbranche en hier advies over gegeven.

Ik wil graag dhr. Hanema bedanken die mij bij dit onderzoek ondersteund heeft. Een speciale dank gaat uit naar mevr. Boersma die mij met veel enthousiasme informatie en tips heeft gegeven voor het rapport. Ook wil ik de verzekeringzekeringsmaatschappijen bedanken voor de leuke en informatieve interviews zowel fysiek als telefonisch.

Veel leesplezier!

Anita van den Hof

Inhoudsopgave

Samenvatting.....	1
Voorwoord.....	3
Inleiding	6
Probleemveldschets	6
Doelstelling.....	6
Probleemstelling.....	6
Deelvragen.....	6
Afbakening.....	6
Vooruitblik.....	7
Hoofdstuk 1 – Methode van onderzoek.....	8
1.1 – Onderzoekstype.....	8
1.2 – Onderzoeksmethodiek	8
1.3 – Dataverzameling	8
Hoofdstuk 2 – Werkzaamheden verzekeringsmaatschappijen	10
2.1 – Verzekeringen.....	10
2.2 – werkzaamheden verzekeringsmaatschappij	11
2.3 – Verbond van Verzekeraars	11
2.4 – Verzekeringsmaatschappijen onderzoek.....	11
Hoofdstuk 3 – Maatschappelijk verantwoord ondernemen	12
3.1 – MVO	12
3.2 – MVO standaarden.....	12
3.3 – ISO 26000.....	14
3.4 – Verantwoord beleggen	16
Hoofdstuk 4 – Hoe wordt MVO toegepast bij verzekeringsmaatschappijen	17
4.1 – MVO activiteiten in het MKB	17
4.2 – Resultaten interviews	17
4.3 – MVO activiteiten bij verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland.....	19
Hoofdstuk 5 – Toegevoegde waarde MVO bij verzekeringsmaatschappijen.....	21
5.1 – Toegevoegde waarde MVO	21
5.2 – Toepassen MVO.....	21
Slot.....	23
Literatuurlijst	24

Bijlage I – MVO onderwerpen met MVO issues	25
Bijlage II – Interviewuitwerking verzekeringsmaatschappij A (Univé)	26
Bijlage III – interviewuitwerking verzekeringsmaatschappij B (Unigarant).....	28
Bijlage IV – Interviewuitwerking verzekeringsmaatschappij C (Aegon)	29
Bijlage V – Interviewuitwerking verzekeringsmaatschappij D (Zwitserleven).....	30
Bijlage VI - Interviewschema	33

Inleiding

Veel bedrijven zijn in deze tijd bezig met Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO). Zijn verzekeringsmaatschappijen hier ook mee bezig? Deze vraag staat onder andere centraal in dit onderzoeksrapport. In deze inleiding wordt eerst ingegaan op de probleemveldschets, vervolgens op de doelstelling, de probleemstelling, deelvragen en de afbakening. Als laatste wordt er een vooruitblik gegeven over het rapport.

Probleemveldschets

'In 2011 deed 48% van de Nederlandse bedrijven op een of meerdere aspecten aan MVO. In 2009 was dit percentage nog 34%, er is dus sprake van een toename. Dit blijkt uit representatief onderzoek onder Nederlandse bedrijven naar MVO van de Vrije Universiteit en NCDO'.¹

Ook in Noord-Nederland zijn er veel bedrijven die MVO hoog in het vaandel hebben staan. Echter is de vraag of MVO ook leeft bij verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland en zo ja, hoe geven ze er dan handen en voeten aan? Deze vragen staan centraal in dit onderzoek. Om antwoorden te geven op deze vragen ga in interviews afnemen met verschillende grote verzekeringsmaatschappijen die in Noord-Nederland zijn gevestigd.

Doelstelling

Het onderzoeken van maatschappelijk verantwoord ondernemen bij verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland. Hierbij wordt onderzocht welke toegevoegde waarde MVO kan hebben voor verzekeringsmaatschappijen, wordt er beschreven in hoeverre ze bezig zijn met MVO en worden er aanbevelingen gegeven met betrekking tot MVO voor verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland.

Probleemstelling

Welke toegevoegde waarde kan MVO hebben voor verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland en in hoeverre zijn ze ermee bezig?

Deelvragen

Wat zijn de werkzaamheden van verzekeringsmaatschappijen?

Wat is maatschappelijk verantwoord ondernemen?

Hoe wordt MVO toegepast bij verzekeringsmaatschappijen?

Welke toegevoegde waarde kan MVO bij verzekeringsmaatschappijen opleveren?

Afbakening

Voor dit onderzoek heb ik vooraf een aantal afbakeningen opgesteld. Zo richt ik me in het onderzoek op de drie noordelijke provincies, namelijk: Friesland, Groningen en Drenthe. Verdeeld over deze provincies worden er vier interviews afgenomen. Drie van deze interviews worden bij grote schade verzekeringsmaatschappijen afgenomen en één bij een pensioenverzekeringsmaatschappij. Dit om vooral de schadeverzekeringsmaatschappijen in beeld te brengen en te bekijken of er ook verschillen zijn met betrekking tot een pensioenverzekeringsmaatschappij. Onder de schade verzekeringsmaatschappijen vallen schade particulieren en schade bedrijven. Verder wordt er gewerkt vanuit ISO 26000, een MVO-standaard en een wereldwijde richtlijn voor MVO die toegepast kan worden bij alle soorten bedrijven.

¹ http://www.duurzaam-ondernemen.nl/detail_press.phtml?act_id=11334&username=gast@duurzaam-ondernemen.nl&password=9999&publish=Y, geraadpleegd op 2 mei 2013

Vooruitblik

In het eerste hoofdstuk van het rapport vindt u de methode van onderzoek. Hierin wordt beschreven wat voor onderzoek er is uitgevoerd en op wat voor manier dit is gedaan. In hoofdstuk twee worden de werkzaamheden van verzekeringsmaatschappijen behandeld. Daarna volgt de theorie over maatschappelijk verantwoord ondernemen in hoofdstuk drie. Vervolgens kunt u in het vierde hoofdstuk vinden hoe verzekeringsmaatschappijen MVO toepassen. In dit hoofdstuk worden ook de resultaten van de interviews besproken. Ten slotte wordt in hoofdstuk vijf antwoord gegeven op de vraag: Welke toegevoegde waarde kan MVO bij verzekeringsmaatschappijen opleveren?

Hoofdstuk 1 – Methode van onderzoek

In dit eerste hoofdstuk wordt er een beeld geschetst van de methode van onderzoek. Hierbij wordt het type onderzoek eerste omschreven. Vervolgens worden de onderzoeksmethodiek en de dataverzameling behandeld.

1.1 – Onderzoekstype

Tijdens dit onderzoek staat de probleemstelling centraal: “Welke toegevoegde waarde kan maatschappelijk verantwoord ondernemen hebben voor verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland en in hoeverre zijn ze ermee bezig?”. Hiervoor ga ik een beschrijvend onderzoek uitvoeren.

Maatschappelijk verantwoord ondernemen speelt bij veel Nederlandse bedrijven een grote rol en dit percentage lijkt te stijgen. Speelt maatschappelijk verantwoord ondernemen ook bij verzekeringsmaatschappijen? Voor dit onderzoek wil ik dit uitzoeken voor Noord-Nederland, de drie noordelijke provinciën: Friesland, Groningen en Drenthe. Hiervoor benader ik grote verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland en wil ik vier interviews met verschillende maatschappijen houden. Van de maatschappijen zijn drie voornamelijk schadeverzekeringsmaatschappijen en één maatschappij een pensioenverzekeringsmaatschappij. Ik heb voor deze keuze gekozen om een goed beeld te krijgen van schadeverzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland en deze te vergelijken met een pensioenverzekeringsmaatschappij. Verzekeringsmaatschappijen reken ik tot grote verzekeringsmaatschappijen op grond van het aantal verzekerden, het aantal afgesloten verzekeringen, het aantal vestigingsplaatsen in Nederland en het aantal medewerkers. Hierdoor hoop ik een globaal beeld te kunnen geven over welke toegevoegde waarde MVO kan hebben voor verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland en in hoeverre ze er mee bezig zijn.

1.2 – Onderzoeksmethodiek

Voor dit onderzoek ga ik eerst uitzoeken wat MVO inhoudt. Er zijn verschillende modellen om MVO zichtbaar in kaart te brengen. Eén hiervan is ISO 26000, een wereldwijde richtlijn voor MVO die bij verschillende bedrijven kan worden toegepast. Ik heb voor dit model gekozen omdat ik dit een overzichtelijk model vind en het veel toegepast wordt in de praktijk. Het is geen model wat criteria stelt, maar meer een model wat aanbevelingen doet op welke thema's MVO allemaal kan spelen. De andere modellen waren verouderd of richten zich op één specifiek thema. Hierbij ga ik in op de thema's behoorlijk bestuur, mensenrechten, arbeidsomstandigheden, het milieu, eerlijk zakendoen, klant/consumentaangelegenheden en betrokkenheid bij en ontwikkeling van de gemeenschap. Door in gesprek te gaan met verschillende verzekeringsmaatschappijen en over MVO te praten hoop ik er achter te komen in hoeverre ze bezig zijn met MVO en welke toegevoegde waarde MVO kan hebben voor verzekeringsmaatschappijen. Tijdens deze gesprekken zal ik ook dieper in gaan op de beleggingen die verzekeringsmaatschappijen doen. De verzekeringsmaatschappijen heb ik geselecteerd op grond van het aantal verzekerden, het aantal afgesloten verzekeringen, het aantal vestigingsplaatsen in Nederland en het aantal medewerkers. Hierbij heb ik de belangrijkste punt dat de verzekeringsmaatschappijen vertegenwoordigd moeten zijn in Noord-Nederland. Gemiddeld hebben de verzekeringsmaatschappijen ongeveer twee miljoen verzekerden, vier miljoen afgesloten verzekeringen, 40 vestigingen en 3.000 medewerkers.

1.3 – Dataverzameling

Het onderzoek ga ik beginnen door middel van een deskresearch. Hierbij ga ik mij eerst ingelezen in de stof over de werkzaamheden van verzekeringsmaatschappijen en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Hierbij maak ik gebruik van internet, boeken en artikelen.

Naast de deskresearch ga ik ook vier interviews afnemen bij verschillende verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland aan de hand van een interviewschema, zie bijlage VI. In dit interviewschema staan de thema's van ISO 26000 centraal. De uitwerkingen van de interviews zal ik anoniem verwerken in het rapport. Voordat de informatie in het rapport wordt geplaatst, wordt de

informatie eerst aan de geïnterviewde gegeven voor goedkeuring en eventuele verbeterpunten. Aan de hand van de theorie en de informatie uit de interviews worden er conclusies en aanbevelingen gemaakt voor verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland op het gebied van MVO.

Hoofdstuk 2 – Werkzaamheden verzekeringsmaatschappijen

De hedendaagse maatschappij kent verschillende risicovormen, namelijk risico's ten aanzien van bezit, vermogen of inkomen. In dit hoofdstuk ga ik in op de werkzaamheden van verzekeringsmaatschappijen. In de eerst paragraaf ga ik in op de verschillende verzekeringen die er zijn. In paragraaf twee behandel ik de werkzaamheden van een verzekeringsmaatschappij. Daarna ga ik in paragraaf drie in op het Verbond van Verzekeraars en als laatste behandel ik in de vierde paragraaf de verzekeringsmaatschappijen waarmee ik een interview aan ga voor dit onderzoek.

2.1 – Verzekeringen

Wanneer een consument zich op de verzekeringsmarkt begeeft, dient hij allereerst te inventariseren wat de voor hem relevante risico's zijn. Als hij of zij dat heeft gedaan kan er gekeken worden wat voor verzekering dit risico verzekerd. In totaal zijn er in Nederland 73 soorten verzekeringen. In het Burgerlijk Wetboek wordt een verzekering als volgt gedefinieerd:

“Verzekering is een overeenkomst waarbij de ene partij, de verzekeraar, zich tegen het genot van premie jegens haar wederpartij, de verzekeringnemer, verbindt tot het doen van een of meer uitkeringen, en bij het sluiten der overeenkomst voor partijen geen zekerheid bestaat, dat, wanneer of tot welk bedrag enige uitkering moet worden gedaan, of ook hoe lang de overeengekomen premiebetaling zal duren. Zij is hetzij schadeverzekering, hetzij sommenverzekering.” (Artikel 7:925 BW)

De risico's die verzekerd kunnen worden zijn te onderscheiden in schadeverzekeringen en sommenverzekeringen zoals hierboven staat aangegeven. Hieronder ga ik apart in op schadeverzekeringen en sommenverzekeringen.

Schadeverzekeringen

Het uitgangspunt bij een schadeverzekering is dat de verzekeraar het schadebedrag vergoedt dat is ontstaan na een op de polis gedekte gebeurtenis. Per gebeurtenis kan de hoogte van de uitkering verschillen naar aanleiding van de schade. Kenmerk hierbij is dat de verzekeraar pas een schadevergoeding hoeft uit te keren als aantoonbare schade is geleden. Schadeverzekeringen hebben betrekking op een dienst of een object. Voorbeelden van schadeverzekeringen zijn:

- Woonhuisverzekering
- Aansprakelijkheidsverzekering voor particulieren (AVP)
- Wettelijke Aansprakelijkheid (WA)-verzekering voor de auto
- Zorgverzekering
- Reisverzekering

Sommenverzekeringen

Het uitgangspunt bij een sommenverzekering is dat de verzekeraar niet de geleden schade vergoedt, maar een vooraf afgesproken bedrag. Bij het aangaan van de verzekeringsovereenkomst wordt bepaald hoe hoog het uitkeringsbedrag is dat de verzekeraar uitkeert op het moment dat de verzekerde tijdens de looptijd van de verzekering bijvoorbeeld komt te overlijden of een bepaalde leeftijd bereikt. Sommenverzekeringen bestaan uit levensverzekeringen en ongevallenverzekeringen. Ongevallenverzekeringen betreffen verzekeringen die het risico voor het hebben van een ongeval verzekeren. Dit kan bijvoorbeeld een verkeersongeluk zijn. Levensverzekeringen betreffen lijfrenteverzekeringen, kapitaalverzekeringen bij leven of bij overlijden, gemengde verzekeringen of uitvaartverzekeringen.

2.2 – werkzaamheden verzekeringsmaatschappij

De werkzaamheden van een verzekeringsmaatschappij zijn voornamelijk het adviseren van consumenten over verzekeringen, het afsluiten van verzekeringen, de betaalde premies van deze verzekeringen beleggen en het uitkeren van verzekeringen. Een verzekeraar kan bestaan door winst te behalen bij het afsluiten van een verzekering en als de verzekeringen niet hoeven te worden uitgekeerd. In de verzekeringspremie die consumenten betalen zit namelijk een premie voor het risico verwerkt plus de kosten om een verzekering af te sluiten en een winstpercentage.

Verzekeraar kan je niet zo maar worden. Om verzekeraar te worden dien je te voldoen aan de regels van de Nederlandse Wet- en regelgeving. Zo dien je als verzekeraar te beschikken over de benodigde diploma's op het gebied van Wet op het financieel toezicht (WFT). Op deze diploma's is toezicht vanuit de Autoriteit Financiële Markten (AFM). Op de verzekeringsmaatschappijen zelf is ook toezicht. Er bestaan drie verschillende vormen van toezicht, namelijk: gedragstoezicht, prudentieel toezicht en systeemtoezicht. Deze verschillende vormen van toezicht worden gehouden door de Autoriteit Financiële Markten (AFM) en De Nederlandse Bank (DNB).

2.3 – Verbond van Verzekeraars

Het Verbond van Verzekeraars is een belangenvereniging van particuliere verzekeringsmaatschappijen op de Nederlandse markt. De leden van het Verbond vertegenwoordigen samen meer dan 95 procent van de verzekeringsmarkt. Het Verbond is een onafhankelijke vereniging die wordt bestuurd en betaald door de leden. Daarnaast hanteren ze vier hoofddoelstellingen, namelijk:

- Vertegenwoordigen van de leden
- Bevorderen imago verzekeringsbedrijfstak
- Bieden van een platform
- Dienstverlening

Veel wet- en regelgeving die voor verzekeringsmaatschappijen relevant zijn komen uit de Europese Unie. Het is voor het Verbond daarom van groot belang goed aangesloten te zijn op ontwikkelingen in Brussel. Dit doet het Verbond voornamelijk door zijn lidmaatschap van de Europese koepelorganisatie van (her)verzekeraars Insurance Europe (voorheen CEA). Daarnaast legt het Verbond van Verzekeraars regels en eisen op voor hun leden. Hier dienen hun leden aan te voldoen. Deze regels betreffen bijvoorbeeld criteria over het doen van beleggingen.

2.4 – Verzekeringsmaatschappijen onderzoek

Om er achter te komen of verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland aan MVO doen en zo ja, wat, heb ik vier interviews afgenomen bij grote verzekeringsmaatschappijen die vertegenwoordigd zijn in Noord-Nederland. Hierbij heb ik drie interviews gehad met schadeverzekeringsmaatschappijen, waarvan sommigen ook sommenverzekeringen afsluiten, en één interview met een sommenverzekeraar. Alle vier de verzekeringsmaatschappijen zijn aangesloten bij het Verbond van Verzekeraars en voldoen aan de eisen die zij stellen. Om te bepalen met welke verzekeringsmaatschappijen ik een interview wilde heb ik eerst gekeken naar de leden van het Verbond van Verzekeraars. Daarna heb ik gekeken welke verzekeringsmaatschappijen vertegenwoordigd zijn in Noord-Nederland (de provinciën Friesland, Groningen en Drenthe). Ook heb ik in mijn afweging mee genomen hoeveel verzekerden ze hebben, het aantal afgesloten verzekeringen, het aantal vestigingsplaatsen in Nederland en het aantal medewerkers wat de verzekeringsmaatschappij heeft. Na deze afwegingen ben ik uitgekomen op drie grote schadeverzekeringsmaatschappijen en één levensverzekeringsmaatschappij. Ik heb gekozen voor deze levensverzekeringsmaatschappij of te kijken of er verschillen zijn tussen schade- en levensverzekeringsmaatschappijen. De uitkomsten van deze interviews zijn te vinden in hoofdstuk 4 van dit rapport.

Hoofdstuk 3 – Maatschappelijk verantwoord ondernemen

In dit hoofdstuk ga ik in op Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO). Hierbij ga ik eerst op de definitie van MVO. Daarna behandel ik in paragraaf twee de standaarden met betrekking tot MVO. In de derde paragraaf behandel ik de thema's van de MVO standaard ISO 26000. Als laatste ga ik in paragraaf vier in op verantwoord beleggen waar verzekeringsmaatschappijen veel mee te maken hebben.

3.1 – MVO

De definities van MVO formuleert een ieder anders. Zo worden de termen MVO, maatschappelijk ondernemen en duurzaam ondernemen vaak door elkaar gehaald. Zo heeft de Sociaal-Economische Raad (SER) ook haar eigen definitie gehanteerd. De SER adviseert het parlement en het kabinet over de hoofdlijnen van het te voeren sociaaleconomisch beleid. Ook voert de SER bestuurlijke en toezichthoudende taken uit. In de SER werken onafhankelijke kroonleden, werkgevers en werknemers samen. Hierdoor wordt de definitie die zij formuleren voor MVO veel gebruik in Nederland. Volgens de SER bepalen twee elementen of in deze tijd met recht van maatschappelijk verantwoord ondernemen kan worden gesproken²:

- Het bewust richten van de ondernemingsactiviteiten op waarde creatie in drie dimensies – People, Planet, Profit – en daarmee op de bijdrage aan de maatschappelijke welvaart op langere termijn;
- Een relatie met de verschillende belanghebbenden onderhouden op basis van doorzichtigheid en dialoog, waarbij antwoord wordt gegeven op gerechtvaardigde vragen uit de maatschappij.

In alle definities die er zijn over MVO komen de dimensies “People, Planet, Profit” aan de orde. Hierbij staat People voor sociaal, Planet voor ecologisch en Profit voor economisch. Hieronder behandel ik elke dimensie.

People

People kan zowel opgevat worden als binnen de onderneming als daar buiten. Intern valt er te denken aan het eigen personeel en extern aan de samenleving/bevolking. Bij het personeel valt er te denken aan goede arbeidsverhoudingen en een stimulerend sociaal beleid dat ruimte biedt voor eigen inbreng. Ook de combinatie zorg- en arbeidstaken en etnische minderheden hebben te maken met het arbeidsproces van het personeel. Bij de samenleving valt er te denken aan het bijdragen van de kwaliteit van de woon-, werk- en leefomgeving. Hierbij worden de mensenrechten en arbeidsnormen van andere landen en culturen ook gerespecteerd.

Planet

Dit houdt in dat de natuurlijke leefomgeving, ecologie, wordt geïntegreerd in de bedrijfsvoering. Er wordt gevraagd of ondernemingen proactief in willen gaan op milieuvraagstukken. Ook omvat Planet eco-efficiency. Dit houdt in dat er goederen en diensten worden geleverd naar behoefte en dat er tegelijkertijd steeds minder beslag wordt gelegd op grondstoffen en opnamecapaciteit van het ecologisch systeem.

Profit

Dit houdt de waarde schepping in door het voortbrengen van goederen en diensten en door het scheppen van werkgelegenheid en bronnen van inkomensverwerving. De gerichtheid op winst op lange termijn moet de financiële basis voor de continuïteit van de onderneming verschaffen.

3.2 – MVO standaarden

Er bestaan honderden MVO-gerelateerde codes, richtlijnen, managementsystemen en standaarden. Sommigen hiervan zijn ontwikkeld door maatschappelijke organisaties, anderen door bedrijven en weer

² <http://www.ser.nl/nl/publicaties/adviezen/2000-2007/2000/b19054.aspx>, geraadpleegd op 31 mei 2013

anderen door standaardisatieorganisaties zoals International Organization for Standardization (ISO). De bekendste MVO standaarden zijn ISO 14001, SA 8000, AA 1000, GRI en ISO 26000. Deze standaarden behandel ik elk kort hieronder.

ISO 14001

ISO 14001 is één van de normen van de ISO 14000 serie en wordt wereldwijd toegepast om milieumanagementsystemen op te zetten en te certificeren. Deze standaard is in 1996 uitgebracht. Bij deze standaard staan twee punten centraal, namelijk³:

- Voldoen aan wet- en regelgeving en het beheersing van milieurisico's.
- Streven naar een permanente verbetering van de milieuprestaties van uw organisatie.

De kern van ISO 14001 draait om de ontwikkeling van het managementsysteem. Dit omvat onder andere het vaststellen van documenten, procedures en controlemechanismen.

SA 8000

Social Accountability 8000 is een standaard op het gebied van werknemersrechten en is gebaseerd op ILO-conventies; de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens en de Conventie van de Rechten van het Kind van de Verenigde Naties⁴. De meeste bedrijven die deze standaard toepassen zijn actief in de Retail sector of fabriceert schoenen, kleding of speelgoed. Deze standaard bevat verplichtingen met betrekking tot: Kinderarbeid, dwangarbeid, gezondheid en veiligheid, vrijheid van aansluiting bij werknemersvertegenwoordigingen, het recht van collectieve onderhandeling, discriminatie, disciplinaire maatregelen, werktijden en beloning.

AA 1000

AccountAbility 1000 bestaat uit een serie van drie standaarden, namelijk: AA 1000 AccountAbility Principles Standard (AA 1000 APS), de AA 1000 Assurance Standard (AA 1000 AS) en de AA 1000 Stakeholder Engagement Standaard (AA 1000 SES). Het doel van de AA 1000 standaard was om organisaties te helpen bij het formuleren van doelstellingen en targets, het meten van vooruitgang hierop, het auditen en rapporteren van prestaties en het instellen van feedbackmechanismen⁵. Verantwoording staat bij deze standaard centraal.

GRI

GRI staat voor Global Reporting Initiative en wordt onder meer ondersteund door het Nederlandse Ministerie van Economische Zaken. Het is een standaard voor duurzaamheidsverslaglegging op verschillende niveaus, zodat verschillende organisaties kunnen rapporteren met deze standaard. Het uitgangspunt van deze standaard is: "Door een breed geaccepteerde standaard te ontwikkelen voor het meten van prestaties op het gebied van people, planet, profit, probeert GRI investeerders, overheden, bedrijven en burgers te laten begrijpen welke vooruitgang er wordt geboekt op het gebied van duurzaamheid en MVO." GRI geniet dan ook veel draagvlak onder een breed spectrum van stakeholders⁶.

ISO 26000

Deze standaard, geïnitieerd door de International Organization for Standardization, geeft adviezen over hoe organisaties MVO aspecten kunnen koppelen aan al bestaande managementsystemen in organisaties. Ook is deze standaard aangesloten bij verschillende internationale verdragen, richtlijnen en conventies, zoals OESO-richtlijnen en het Global Compact van de Verenigde Naties. De kernonderwerpen van ISO 26000 zijn:

³ <http://www.iso14000.nl/index.html>, geraadpleegd op 1 juni 2013

⁴ <http://www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.viewPage&pageld=1458&parentID=473>, geraadpleegd op 1 juni 2013

⁵ <http://www.accountability.org/standards/index.html>, geraadpleegd op 1 juni 2013

⁶ <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/what-is-GRI/Pages/default.aspx>, geraadpleegd op 1 juni 2013

behoorlijk bestuur, mensenrechten, arbeidsomstandigheden, het milieu, eerlijk zakendoen, klant/consument-aangelegenheden en betrokkenheid bij en ontwikkeling van de gemeenschap. Deze standaard is bedoeld voor alle typen organisaties uit alle sectoren en van elke omvang.

Doordat ik deze standaarden naast elkaar heb gelegd ben ik erachter gekomen dat de standaard ISO 26000 het beste past bij dit onderzoek naar de toegevoegde waarde van MVO bij verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland. Dit omdat ISO 26000 een begin is om in contact te komen met MVO en mijn onderzoek draait om de onderzoeksvraag: “Welke toegevoegde waarde kan MVO hebben voor verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland en in hoeverre zijn ze ermee bezig?”. Hierbij wil ik eerst door middel van interviews er achter zien te komen of verzekeringsmaatschappijen al bezig zijn met MVO. Daarna ga ik kijken in hoeverre ze er al mee bezig zijn en wat MVO voor toegevoegde waarde kan hebben voor verzekeringsmaatschappijen. In paragraaf 3.3 ga ik dieper in op de standaard ISO 26000.

3.3 – ISO 26000

Deze paragraaf draait om de MVO standaard ISO 26000. In de vorige paragraaf heb ik aangegeven dat deze standaard onder andere is aangesloten bij de OESO-richtlijnen en het Global Compact van de Verenigde Naties. De OESO-richtlijnen maken duidelijk wat de Nederlandse overheid en 43 andere landen van bedrijven in het buitenland verwachten op het gebied van MVO. Ze bieden handvatten voor bedrijven om met kwesties om te gaan als: ketenverantwoordelijkheid, mensenrechten, kinderarbeid milieu en corruptie⁷. Het Global Compact van de Verenigde Naties (VN) heeft als doel het verbinden van bedrijven, VN-organisaties, vakbonden en maatschappelijke organisaties. Het wil een bijdrage leveren aan MVO en helpt het bedrijfsleven bij het realiseren van een aantal doelstellingen. Honderden bedrijven hebben zich aangesloten bij het Global Compact van de VN⁸.

Er kan (nog) geen certificering plaatsvinden voor ISO 26000, dit omdat het een leidraad is en geen eisen stelt. Het verduidelijkt wat maatschappelijke verantwoordelijkheid is, helpt bedrijven en organisaties principes om te zetten in effectieve acties en optimaliseert de gebruiksprocedures met betrekking tot sociale verantwoordelijkheid met anderen wereldwijd⁹.

Ook hanteert ISO 26000 een aantal MVO principes. Zij geven hierbij wel aan dat er geen volledige lijst met MVO principes is vast te stellen. Ze hebben een lijst van zeven principes benoemd en deze gelden dan ook als een soort minimumvoorwaarden waarbij organisaties wordt aanbevolen deze minimaal te gebruiken. De zeven MVO principes die ISO 26000 hanteert zijn¹⁰:

- Accountability (verantwoordelijkheid nemen en verantwoording afleggen)
- Transparantie
- Ethisch gedrag
- Respect voor belangen van stakeholders
- Respect voor de wet
- Respect voor internationale gedragsnormen
- Respect voor mensenrechten

ISO 26000 heeft deze principes omgezet in onderwerpen. Waarbij de onderwerpen het inhoudelijke hart van MVO vormen. De onderwerpen dekken onder andere de drie dimensies People, Planet, Profit goed af. De onderwerpen behandel ik elk hieronder. Ook worden er voorbeelden genoemd met betrekking tot de onderwerpen in bijlage I.

⁷ <http://www.oesorichtlijnen.nl/>, geraadpleegd op 3 juni 2013

⁸ http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/stages_of_development.html, geraadpleegd op 3 juni 2013

⁹ <http://www.bureauvoorkwaliteitszorg.nl/nederlands/kwaliteitssystemen/voedselveiligheidssystemen/iso-26000?gclid=COvAkqSxhrgCFUFY3godHS4AGQ>, geraadpleegd op 27 juni 2013

¹⁰ <http://www.iso26000scan.nl/wat-is-iso-26000/mvo-principes>, geraadpleegd op 4 juni 2013

Behoorlijk bestuur

Het behoorlijk bestuur heeft te maken met de gehele organisatie. Het besturen van een organisatie heeft te maken met de besluitvormingsprocessen en –structuren. Deze komen terug in de overige zes onderwerpen. Ook het controleren op deze besluitvormen is van groot belang. Hierdoor kan er gestuurd worden vanuit het management.

Mensenrechten

Mensenrechten zijn de basisrechten waar alle mensen op aarde recht op hebben. Daarbij gaat het onder meer om politieke rechten, burgerrechten, vrijheid van meningsuiting, sociale en culturele rechten en het recht op onderwijs en gezondheid. In Nederland zijn mensenrechten goed verwerkt in de wet- en regelgeving, maar in andere landen valt dit soms tegen. Hierdoor is het ook voor internationale organisaties belangrijk om te kijken naar de mensenrechten in landen waar zij ook zaken doen.

Arbeidsomstandigheden

Bij dit onderwerp gaat het om al het beleid en alle activiteiten gerelateerd aan het werk dat wordt uitgevoerd binnen, door of namens een organisatie, inclusief het werk door onderaannemers. Te denken valt aan gezondheid, veiligheid, trainings- en ontwikkelingsprogramma's, vakbonden, ondernemingsraden, medezeggenschapsorganen en medewerkerstevredenheid. De Verenigde Naties hebben wereldwijde arbeidsprincipes opgesteld, genaamd International Labour Organization (ILO). Dit betreft het arbeidsrecht dat iedereen recht heeft om geld te verdienen door vrij gekozen werk en het recht op rechtvaardige en redelijke arbeidsomstandigheden.

Het milieu

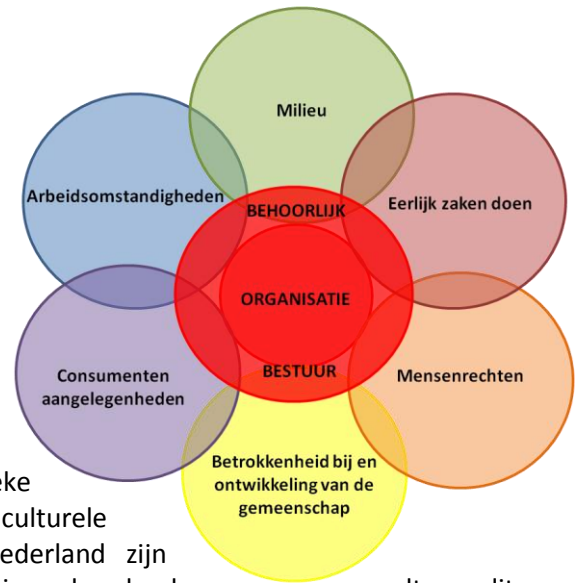
Het milieu heeft te maken met alles om je heen. Helaas heeft de samenleving te maken met vele milieuproblemen, bijvoorbeeld vervuiling, klimaatverandering, het instorten van het volledige ecosysteem en het uitsterven van soorten. De organisatie kan een aantal milieuprincipes toepassen om hier rekening mee te houden, dit zijn:

- Treffen van voorzorgsmaatregelen
- Programma maken voor het managen van milieurisico's
- De vervuiler betaald

Ook kunnen de milieuprincipes worden toegepast in de levenscyclusbenadering en de productservice benadering van de organisatie. Om rekening te houden met het milieu moet milieuvervuiling voorkomen worden, gebruik worden gemaakt van duurzame hulpbronnen, klimaatverandering aangepast of voorkomen worden en het milieu, natuurlijke leefgebieden en biodiversiteit beschermd worden.

Eerlijk zakendoen

Eerlijk zakendoen betreft ethisch gedrag in de omgang van een organisatie met andere organisaties en individuen. Het gaat hier om de relaties tussen organisaties en overheden, partners, leveranciers, aannemers/onderaannemers, concurrenten en andere belangenorganisaties waar zij lid van zijn. Hierbij gaat het om de manier waarop uw relaties met andere organisaties gebruikt om duurzame prestaties te bevorderen. Om eerlijk zakendoen te bevorderen moet corruptie voorkomen en bestreden worden en moet de duurzaamheid in de waardeketen worden bevorderd.



Klant/Consument-aangelegenheden

Bij het aanbieden van producten en diensten aan je klanten en consumenten heb je als bedrijf een maatschappelijke verantwoordelijkheid. Tot die verantwoordelijkheden behoren onder andere het beschermen van de gezondheid, veiligheid en privacy van de klant/consument, eerlijke marketing en duurzame consumptie. Ook moet de dienstverlening naar de klanten en consumenten toe transparant zijn. Ze moeten u altijd kunnen bereiken, bijvoorbeeld door middel van een goede klantenservice en klachtenafhandeling.

Betrokkenheid bij en ontwikkeling van de gemeenschap

Dit onderwerp wordt in Nederland ook wel maatschappelijk betrokken ondernemen (MBO) genoemd. De doelstelling bij dit onderwerp is dat lokale gemeenschappen kunnen profiteren van bedrijfsactiviteiten in hun regio. Hierbij kan de organisatie de gemeenschappen helpen door middel van ontwikkeling. Dit onderwerp zal gebaseerd moeten worden op het erkennen van het feit dat de organisatie een stakeholder is in en van de samenleving en dat zij belangen met de samenleving deelt. Zo moet de focus op u core business (kernactiviteiten) liggen, werkgelegenheden en opleidingen geschept worden en moeten er voorlichtingen worden gegeven met betrekking tot de cultuur.

3.4 – Verantwoord beleggen

Verantwoord beleggen kan worden omschreven als: “Beleggen op grond van financiële, sociale, governante en milieuoverwegingen en/of de beïnvloeding van bedrijven, overheden en andere relevante factoren op grond van deze overweging.”

De term verantwoord beleggen wordt gebruikt onder uiteenlopende namen, zoals maatschappelijk verantwoord beleggen, duurzaam beleggen of ethisch beleggen. De opkomst van verantwoord beleggen begon al in 1754 toen Quaker John Woolman wenste zijn geld niet te beleggen in de populaire slavenhandel. Een jaar later verzette hij zich ook tegen het betalen van belastingen die voor oorlogsdoeleinden werden aangewend. Hierna volgden meerdere personen zijn mening.

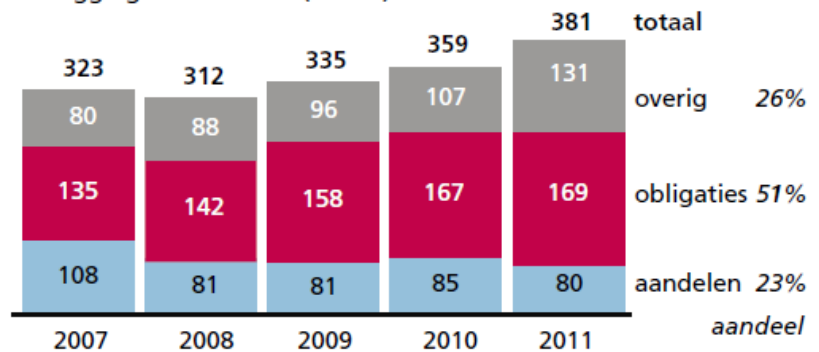
Tegenwoordig doen veel grote organisaties in Nederland aan verantwoord beleggen. Dit omdat veel beleggers niet meer alleen kijken naar de financiële redenen om ergens in te beleggen maar ook de informatie betreffend sociaal, maatschappelijke en milieu mee neemt in haar beslissingen. Thema's waaraan gedacht kan worden waar beleggers op letten zijn onder andere CO₂-uitstoot, investeringen in energiebesparing en het aantrekken en behouden van goed gekwalificeerd personeel. Aan de beslissingen van beleggers hangen tegelijk afwegingen. Zowel het kostenplaatje voor de achterblijvers als het investeringsplaatje voor de voorlopers moet bij de beslissingen worden meegenomen.

Ook verzekeringsmaatschappij hebben als activiteit het beleggen van premies van consumenten. Uit het rapport Kerncijfers verzekeren in Nederland van augustus 2012 gemaakt door het Verbond van Verzekeraars blijkt dat

verzekeringsmaatschappijen in 2011 381 miljard euro hebben belegd. Deze beleggingen bestaan voornamelijk uit obligaties, zie tabel I. Dit omdat de waarde van obligaties stabiel is dan die van aandelen. Daarnaast beleggen levensverzekeringsmaatschappijen hun premies meer op lange termijn, terwijl schade- en zorgverzekeringsmaatschappijen hun premies meer op korte termijn beleggen.

Tabel I: soort beleggingen van verzekeringsmaatschappijen

Beleggingen naar soort (€ mrd)



Bron: Verbond van Verzekeraars

Hoofdstuk 4 – Hoe wordt MVO toegepast bij verzekeringsmaatschappijen

Ook in het midden- en kleinbedrijf (MKB) zijn bedrijven bezig met MVO. In de eerste paragraaf ga ik in op de meest en minst uitgevoerde MVO activiteiten in het MKB. Daarna behandel ik in paragraaf twee de resultaten uit de interviews met verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland verdeeld over de thema's van ISO 26000. Als laatste behandel ik in paragraaf drie de meest en minst uitgevoerde MVO activiteiten bij verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland. Hierdoor wordt duidelijk of er ook overeenkomsten zijn tussen het MKB en verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland.

4.1 – MVO activiteiten in het MKB

In het Midden en Klein Bedrijf zijn organisaties ook bezig met MVO. De meest en minst uitgevoerde MVO activiteiten vindt u in onderstaande tabel.

Tabel II: MVO activiteiten MKB

Meest uitgevoerd:	Minst uitgevoerd:
Goed werkgeverschap.	Kantoorartikelen gebruiken met een milieukeurmerk.
Afval verminderen.	Vrijwilligerswerk door werknemers stimuleren.
Milieuonderwerpen bespreken in het bedrijf.	Groene stroom gebruiken.
Energieverbruik verminderen.	Milieuverklaring en afvalpreventieplan opstellen.
Lokale economie stimuleren.	Structureel doneren aan maatschappelijke organisaties.
Transport verminderen.	Kennis van het bedrijf beschikbaar stellen voor maatschappelijke doelen.
Afval scheiden.	Werknemers een opleiding laten volgen over milieu en duurzame innovatie.

Bron: Gebaseerd op onderzoek van het EIM – Maatschappelijk verantwoord ondernemen in het grote MKB

Uit deze tabel komt naar voren dat midden- en kleinbedrijven al wel MVO mee nemen in hun strategieën en hun bedrijfsproces. Ook is te zien dat ze vooral op het punt milieu MVO aan het toepassen zijn door middel van het energieverbruik en afval te verminderen. Echter kunnen de bedrijven nog wat meer doen aan de arbeidsomstandigheden en de maatschappelijke betrokkenheid. Wel stimuleren ze de lokale economie, maar op de punten vrijwilligerswerk, structureel doneren aan maatschappelijke organisaties en de kennis van het bedrijf beschikbaar stellen voor maatschappelijke doelen kan er nog meer gedaan worden.

4.2 – Resultaten interviews

Uit de interviews die ik heb afgenomen is goed naar voren gekomen of de bedrijven al bezig zijn met MVO. Ook is uit de interviews naar voren gekomen op welke thema's ze bezig zijn met MVO. Bij de verzekeringsmaatschappijen die ik heb geïnterviewd is naar voren gekomen dat ze allemaal al wel bezig zijn met MVO. Echter verschilt de manier van toepassen wel per maatschappij. De uitwerkingen van de interviews zijn te vinden in bijlage II tot en met V. Hieronder behandel ik per thema van ISO 26000 de activiteiten waar de maatschappijen mee bezig zijn. Ook behandel ik het punt verantwoord beleggen, omdat beleggen één van de kernactiviteiten is van een verzekeringsmaatschappij.

Behoorlijk bestuur

Het toepassen van MVO begint bij de directie/bestuur kwam uit een interview naar voren. Deze maatschappij richt zich voornamelijk op het toepassen van MVO bij de besturing en besluitvorming. Als dat goed is zegt het bedrijf, kan er verder gewerkt worden aan MVO. Andere maatschappijen nemen MVO wel mee in de besturing en besluitvorming van het bestuur, maar kennen hier niet altijd regels aan vast.

Daarnaast zijn alle maatschappijen die ik heb geïnterviewd lid van het Verbond van Verzekeraars. Dit verbond stelt ook eisen aan de besturing en besluitvorming. Echter wordt MVO hierbij nog niet benoemd. Sommige maatschappijen gebruiken al methodes om MVO toe te passen in hun bedrijf. Deze maatschappijen hebben meestal al richtlijnen betreffende het behoorlijk bestuur opgesteld.

Mensenrechten

Met betrekking tot het thema mensenrechten richten de maatschappijen zich vooral op hun personeel. Zo hebben verschillende maatschappijen aanname procedures voor personeel betreffende MVO. Zo heeft bijvoorbeeld een maatschappij een procedure om mensen met een beperking aan te nemen en dichter bij de arbeidsmarkt te laten komen. De verhouding man/vrouw in de maatschappijen die ik heb geïnterviewd zijn meestal bijna gelijk, echter is de vrouw wel minder vertegenwoordigd in de hogere functies binnen de maatschappijen. Wel gaf een maatschappij aan dat ze nu gericht zoeken naar een vrouwelijke collega voor een hogere functie.

Met betrekking tot het doen van beleggingen zijn de maatschappijen (soms) gebonden aan het buitenland, hier spelen ook mensenrechten. Het Verbond van Verzekeraars heeft richtlijnen gesteld voor het doen van beleggingen. Zo mag er bijvoorbeeld niet belegd worden in wapenhandel en kinderarbeid. De maatschappijen waarmee ik in gesprek ben geweest houden zich aan deze richtlijnen.

Arbeidsomstandigheden

Alle maatschappijen die ik gesproken heb hebben een ondernemingsraad en sommigen hebben meerdere ondernemingsraden. Daarnaast hebben ze allemaal regelmatig contact van de vakbond. Echter hebben sommige maatschappijen vaker contact met de vakbond door eventuele veranderingen binnen de maatschappij. Ook heeft een maatschappij haar eigen vakbond, die gericht is op hun maatschappij en werknemers. Ook vinden alle maatschappijen trainings- en ontwikkelingsprogramma's belangrijk voor hun personeel, hier wordt niet op bezuinigd. Minimaal één keer per jaar houdt elke maatschappij een medewerkers tevredenheidsonderzoek. Deze resultaten worden besproken in de vergadering van het bestuur. Sommige maatschappijen reflecteren hier meerdere malen op terug.

Het milieu

De maatschappijen geven verschillend invulling aan het thema milieu. Zo werkt een maatschappij geheel digitaal en de post die fysiek binnenkomt, wordt direct omgezet zodat het digitaal wordt. Ook zijn andere maatschappijen bezig met de digitalisering van hun informatie, maar nog niet geheel papierloos. Ook proberen ze allemaal hun afval te verminderen en sturen sommige maatschappijen hier op door er percentages aan te verbinden. Ook speelt energiebesparing een grote rol. Dit omdat het betrekking heeft op het milieu maar ook op de portemonnee. Sommige maatschappijen nemen ook maatregelen met betrekking tot de CO₂-uitstoot en dan met name op het woon-werkverkeer. Zo wil een maatschappij in 2014 het nieuwe werken invoeren zodat medewerkers maar twee dagen op kantoor hoeven te zijn en de rest vanuit huis kunnen werken. Ook doen verschillende maatschappijen onderzoek naar een elektrisch wagenpark zodat de CO₂-uitstoot verminderd. Daarnaast worden er maatregelen genomen voor de kantoorpanden van de maatschappijen. Zo heeft een maatschappij een warmte/koude opslag gemonteerd onder een pand.

Eerlijk zakendoen

Alle verzekeringsmaatschappijen die ik gesproken heb hebben een protocol waar zowel klanten als leveranciers aan worden getoetst. Ook heeft een maatschappij het keurmerk Heldere polisvoorwaarden gekregen van het Verbond van Verzekeraars. Daarnaast is er een maatschappij die een deel van de winst van regionale kantoren verdeeld over hun klanten/leden. Ook hebben sommige maatschappijen een beleid ten aanzien van het ontvangen van bonussen en geschenken. Ook is het punt verantwoord beleggen onderdeel van eerlijk zakendoen en transparantie. Hier wordt verder op ingegaan in de sub paragraaf verantwoord beleggen.

Klant/Consument-aangelegenheden

Verzekeringsmaatschappijen moeten het vertrouwen van de klant/consument terug winnen kwam uit een interview naar voren. Hierdoor speelt dit een grote rol. De verzekeringsmaatschappijen die ik heb gesproken doen veel aan voorlichtingen om hun producten en het verzekeringswezen onder de mensen aan te kaarten. Ook gebruikt elke maatschappij een keuzemenu via de telefoon om hun klanten/consumenten beter van dienst te kunnen zijn. Maatschappijen benaderen hun klanten zowel telefonisch, per mail als fysiek. Echter is wel te zien dat het fysiek contact verminderd. Daarnaast maar een maatschappij ook gebruik van social media. Ook betreffen klanten/consumenten voor de verzekeringsmaatschappijen die ik heb gesproken verschillende groepen, zo is bij de één de particulier een klant en bij de ander een werkgever. Ook worden de verzekeringen van verschillende maatschappijen via een onafhankelijke intermediair afgesloten.

Betrokkenheid bij en ontwikkeling van de gemeenschap

Binnen dit thema zijn er ook verschillen te zien bij de verzekeringsmaatschappijen. Zo geeft niet elke maatschappij geld uit voor (lokale) sponsoring. Wel geven alle maatschappijen voorlichtingen en staan ze open voor stagiaires en het onderwijs. Ook wordt er samengewerkt met organisaties in de lokale gemeenschap. Daarnaast kunnen medewerkers vrijwilligerswerk doen onder werktijd. Echter verschilt het aantal uren onder de maatschappijen wel en maken de medewerkers bij de ene maatschappij meer gebruik van het vrijwilligerswerk dan bij een andere maatschappij. Wel kwam in de interviews naar voren dat de maatschappijen veel affiniteit hebben met sport en bewegen, zowel sponsoring als het organiseren van activiteiten met lokale gemeenschappen.

Verantwoord beleggen

Het doen van beleggingen is een kernactiviteit van verzekeringsmaatschappijen. Vanuit het Verbond van Verzekeraars is hier toezicht op en zijn er gedragscodes gemaakt waar de leden zich aan moeten houden. Zoals al eerder gezegd zijn alle verzekeringsmaatschappijen waarmee ik een interview heb gehad lid van dit verbond. Zij dienen dus allemaal te voldoen aan deze gedragscodes. Daarnaast hebben sommige verzekeringsmaatschappijen een eigen beleid opgesteld ten aanzien van het doen van beleggingen of doet een overkoepelend orgaan deze beleggingen. Ook is er controle op deze beleggingen vanuit de accountants van een maatschappij.

4.3 – MVO activiteiten bij verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland

In de vorige paragraaf heeft u de resultaten gezien uit de interviews met betrekking tot MVO bij verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland. In deze paragraaf zetten we de meest en minst uitgevoerde MVO activiteiten in een tabel overzichtelijk weer. Op de volgende pagina vind u in tabel vorm de meest en minst uitgevoerde MVO activiteiten van verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland.

Tabel III: MVO activiteiten verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland

Meest uitgevoerd:	Minst uitgevoerd:
Goede service en dienstverlening naar de klant toe.	Medewerkers inlichten over waar de beleggingen worden gedaan vanuit de organisatie.
Gedragscodes van het Verbond van Verzekeraars opvolgen.	Eigen beleid opstellen ten aanzien van besturing en besluitvorming.
Trainings- en ontwikkelingsprogramma's aanbieden aan de medewerkers.	Eigen beleid opstellen ten aanzien van het doen van beleggingen.
Ondernemingsraden aanstellen binnen de organisatie.	Papierloos werken.
Afval scheiden en verminderen.	Verhouding man/vrouw gelijk bij hogere functies in de organisatie.
Energieverbruik verminderen.	Gebruik maken van zonne-energie.
Lokale gemeenschappen helpen.	Wagenpark milieu vriendelijker maken.
Medewerkers tevredenheidsonderzoeken uitvoeren.	Vrijwilligerswerk optimaal benutten.

Uit deze tabel komt naar voren dat bij verzekeringsmaatschappijen de service en dienstverlening naar de klant toe erg belangrijk zijn. Een consument wil zekerheid over zijn verzekering en daardoor is er ook veel toezicht op vanuit de maatschappij zelf en vanuit buiten af door bijvoorbeeld het Verbond van Verzekeraars. Daarnaast zijn de arbeidsomstandigheden van de medewerkers goed en worden trainings- en ontwikkelingsprogramma's aangeboden aan de medewerkers. Ook is er een ondernemingsraad bij elke verzekeringsmaatschappij en worden er regelmatig medewerkers tevredenheidsonderzoeken uitgevoerd. Ook met betrekking tot het punt milieu wordt veel gedaan bij verzekeringsmaatschappijen. Zo wordt het energieverbruik verminderd en het afval gescheiden en verminderd. Daarnaast worden lokale gemeenschappen geholpen door verzekeringsmaatschappijen door het doen van sponsoring of het organiseren van activiteiten.

Echter kunnen verzekeringsmaatschappijen op het thema hun medewerkers nog beter inlichten en voorlichtingen geven met betrekking tot het doen van hun beleggingen en MVO, alle medewerkers zijn hier nog niet van op de hoogte. Daarnaast hebben niet alle maatschappijen een eigen beleid ten aanzien van het doen van beleggingen en besturing en besluitvorming. Wel volgen ze de gedragscodes op van het Verbond van Verzekeraars, maar geven ze er zelf nog geen eigen invulling aan met betrekking tot een beleid. Digitalisering speelt ook een steeds belangrijkere rol. Hier zijn de maatschappijen al wel veel mee bezig, maar het is nog niet geheel papierloos bij alle maatschappijen. Daarnaast is de man/vrouw verhouding redelijk gelijk in de maatschappij, maar in de hogere functies is de vrouw ondervertegenwoordigd. Op het gebied van mensenrechten zou het beter zijn als dit gelijk is. Met betrekking tot het thema milieu wordt er nog weinig tot niet aan zonne-energie gedaan. Wel doen de maatschappijen onderzoek om het wagenpark milieu vriendelijker te maken, maar zijn er nog geen verder acties ondernomen. Vrijwilligerswerk is bij alle maatschappijen mogelijk, alleen wordt er nog niet optimaal gebruik van gemaakt. Dit zou beter gepromoot kunnen worden binnen de verzekeringsmaatschappijen.

Als we een vergelijking maken tussen de MVO activiteiten die het MKB uitvoert en de MVO activiteiten die verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland uitvoeren kunnen we concluderen dan er veel overeenkomsten zijn. Zo zijn beide sectoren bezig hun afval te scheiden en te verminderen. Ook helpen ze de lokale gemeenschappen wat betrekking heeft op het thema betrokkenheid bij en ontwikkeling van de gemeenschap. Echter zijn er ook verschillen te zien tussen de sectoren. Zo worden er wel trainings- en ontwikkelingsprogramma's aangeboden bij verzekeringsmaatschappijen en wordt hier ook gebruik van gemaakt. Bij het MKB wordt het transport verminderd wat bijdraagt aan een beter milieu. Bij de verzekeringsmaatschappijen vindt er niet veel transport plaats, alleen het woon-werkverkeer van personeel.

Hoofdstuk 5 – Toegevoegde waarde MVO bij verzekeringsmaatschappijen

MVO kan wel degelijk een toegevoegde waarde hebben voor verzekeringsmaatschappijen. Deze toegevoegde waarde staat centraal in dit hoofdstuk. Hierbij ga ik in de eerste paragraaf in op deze toegevoegde waarde. In paragraaf twee behandel ik hoe MVO kan worden toegepast binnen verzekeringsmaatschappijen.

5.1 – Toegevoegde waarde MVO

MVO kan vooral toegevoegde waarde leveren voor verzekeringsmaatschappijen door stil staan bij People, Planet en Profit. Door hierbij stil te staan draagt de maatschappij bij aan een duurzamere economie. Echter kan dit ook worden meegenomen in de besturing en besluitvorming van de maatschappij. Als dit gebeurt worden er bewuste keuzes gemaakt en kan het worden doorgevoerd in de gehele onderneming. Als dit goed is verankerd kan er ook mee naar buiten worden getreden richting de klanten/consumenten. De verzekeringsmaatschappij laat zien dat ze niet alleen uit zijn op winst, maar ook bij willen dragen aan een duurzame economie en leefomgeving. Deze duurzame economie en leefomgeving spelen bij veel mensen op dit moment een grote rol. Dit misschien ook wel door de economische crisis die er op dit moment in Nederland heerst. De verzekeringsmaatschappij richt zich niet alleen op zich zelf en het groot worden van zich zelf, maar ook op de samenleving. Echter gaat na deze crisis MVO ook veel spelen bij de samenleving en nemen veel mensen MVO mee in zijn of haar beslissingen.

Daarnaast levert MVO niet alleen toegevoegde waarde voor de samenleving, ook kan MVO winstgevend zijn voor een onderneming. Dit door bijvoorbeeld het energieverbruik te verminderen en hierdoor ook minder kosten te hebben voor elektriciteit. Ook zullen er klanten/consumenten zijn die nu al bewust kiezen voor ondernemingen, en dus ook verzekeringsmaatschappijen, die MVO mee nemen in hun bedrijfsproces. Daarnaast hebben verzekeringsmaatschappijen geen makkelijke tijd achter de rug. Er is veel commotie geweest betreffende de woekerpolissen en de provisies op verzekeringen. Deze zijn volledig afgeschaft en er is meer controle op verzekeringsmaatschappijen betreffende de woekerpolissen. Ook moeten verzekeringsmaatschappijen transparanter zijn naar de klanten/consumenten toe. Transparantie valt ook onder één van de thema's van ISO 26000 namelijk behoorlijk bestuur. Echter heeft het Verbond van Verzekeraars dit ook meegenomen in de gedragscodes die zij hanteren.

Voor verzekeringsmaatschappijen is het op dit moment belangrijk om vertrouwen op te bouwen met klanten/consumenten. Dit kan mede door middel van MVO toepassen in de bedrijfsprocessen en ermee naar buiten te treden. Hierdoor zien klanten/consumenten dat een verzekeringsmaatschappij niet alleen aan zich zelf denkt, maar ook aan de samenleving.

De verzekeringsmaatschappijen waarmee ik een interview heb gehad zijn al bezig MVO op te nemen in hun bedrijfsprocessen. Echter is de één verder in het doorvoeren hiervan dan de ander. Ook hebben sommige maatschappijen gebruik gemaakt van een methode om MVO toe te passen. Een methode die gebruikt wordt bij verzekeringsmaatschappijen die ik heb gesproken is GRI. Hiervoor is gekozen om specifiek te richten op MVO onderwerpen en hierbij met behulp van cijfermatige onderbouwing op te meten. Echter is er nog geen specifieke methode voor verzekeringsmaatschappij om MVO toe te passen.

5.2 – Toepassen MVO

Het toepassen van MVO op uw bedrijf is niet zo moeilijk als het lijkt. Om te beginnen moet de directie/management MVO toepassen in de besturing en de besluitvorming. Hierna kan het personeel MVO verder uitwerken op de verschillende afdelingen. Als laatste kan er met MVO naar buiten worden getreden om de samenleving er van te overtuigen dat MVO meehelpt om de samenleving te verbeteren.

Daarnaast kunnen verzekeringsmaatschappijen specifiek denken aan bijvoorbeeld de volgende onderwerpen:

- Een beleid invoeren waarin MVO wordt opgenomen.
- Speciale verzekeringen aanbieden die gebaseerd zijn op MVO. Er wordt bijvoorbeeld belegd in oerwouden in Zuid-Amerika.
- Voorlichtingen geven aan het personeel met betrekking tot MVO.
- Voorlichtingen geven aan klanten/consumenten met betrekking tot MVO en hen laten zien wat de verzekeringsmaatschappij doet aan MVO.
- Het woon-werkverkeer verminderen door bijvoorbeeld het nieuwe werken in te voeren.
- Gebruik maken van elektronische communicatie door bijvoorbeeld social media.
- Kantoorpanden milieu vriendelijker maken door bijvoorbeeld gebruik te maken van zonnepanelen.

Daarnaast beveel ik verzekeringsmaatschappijen aan om een beleid in te voeren met betrekking tot MVO. Hierbij kan bijvoorbeeld gebruik worden gemaakt van ISO 26000 als methode. Echter kan deze methode niet meetbaar worden gemaakt, maar is wel een goede eerste stap richting MVO.

Slot

U hebt het einde bereikt van dit rapport. Ik hoop dat u veel plezier hebt beleefd bij het lezen ervan en dat u kennis opgedaan hebt die u eventueel kunt gebruiken bij de bedrijfsvoering van uw maatschappij. Ik heb in ieder geval veel plezier gehad bij het uitvoeren van dit onderzoek en het schrijven van dit rapport. Vooral het afnemen van de interviews vond ik erg informatief. Ik wil de verzekeringsmaatschappijen daarom ook hartelijk bedanken voor hun tijd en informatie over hun bedrijfsvoering met betrekking tot MVO.

Uiteindelijk kan de gestelde hoofdvraag, welke toegevoegde waarde kan MVO hebben voor verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland en in hoeverre zijn ze ermee bezig goed beantwoord worden. Naar mijn mening zijn de geïnterviewde verzekeringsmaatschappijen al veel bezig met MVO en kan MVO wel degelijk toegevoegde waarde leveren voor verzekeringsmaatschappijen. Dit omdat al aan veel punten van MVO moet worden voldaan met betrekking tot de wet- en regelgeving. Daarnaast zien klanten/consumenten ook dat de verzekeringsmaatschappij niet alleen aan zich zelf denkt en winst, maar ook aan de samenleving. Dit is in deze tijd, naar alles wat er heeft gespeeld bij verzekeringsmaatschappijen, geen onnodige beslissing.

Als we kijken naar de methode ISO 26000 om MVO toe te passen in een onderneming is het een methode om een eerste stap te maken richting MVO. Echter is MVO niet meetbaar bij deze methode en is er (nog) geen certificering mogelijk. Wel benoemd ISO 26000 alle thema's met betrekking tot MVO. Deze zijn: behoorlijk bestuur, mensenrechten, arbeidsomstandigheden, het milieu, eerlijk zakendoen, klant/consument-aangelegenheden en betrokkenheid bij en ontwikkeling van de gemeenschap.

Op de volgende pagina's kunt u nog de door mij gelezen en gebruikte literatuur vinden. Ook vindt u in de bijlagen een overzicht van MVO issues met betrekking tot ISO 26000, interviewverslagen van de verschillende interviews die ik heb afgenomen en het interviewschema die ik heb gebruikt voor het afnemen van de interviews.

Bedankt voor uw tijd en hopelijk tot ziens,

Anita van den Hof

Literatuurlijst

Kröder, H en Vries, de J. (2012) *Duurzame winst voor MKB* (eerste druk) Apeldoorn: VDA Groep

Moratis, L. en Cochius, T. (2010) *ISO 26000: Handleiding voor MVO* (eerste druk) Assen: Koninklijke Van Gorcum BV

Moratis, L. en Veen, van der M. (2010) *Basisboek MVO, maatschappelijk verantwoord ondernemen* (derde volledig herziene editie) Assen: Koninklijk Van Gorcum BV

Verhoeven, N. (2011) *Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs* (vierde druk) Den Haag: Boom Lemma

Bijlage I – MVO onderwerpen met MVO issues

MVO onderwerpen:	MVO issues:
Behoorlijk bestuur	Besluitvormingsprocessen en –structuren
Mensenrechten	Due Diligence Risicosituaties voor schending mensenrechten Vermijden van medeplichtigheid Oplossen van geschillen Discriminatie en kwetsbare groepen Burgerrechten en politieke rechten Economische, sociale en culturele rechten Fundamentele principes en rechten op het werk
Arbeidsomstandigheden	Werkgelegenheid en arbeidsverhoudingen Arbeidsomstandigheden en sociale zekerheid Sociale dialoog Gezondheid en veiligheid op het werk Menselijke/persoonlijke ontwikkeling en opleiding op het werk
Het milieu	Voorkomen van vervuiling Duurzaam gebruik van hulpbronnen Beperking van en aanpassingen aan klimaatverandering Bescherming van het milieu en herstel van natuurlijke habitatten
Eerlijk zaken doen	Anti-corruptie Verantwoorde politieke betrokkenheid Eerlijke concurrentie Bevorderen van MVO binnen de invloedssfeer Respect voor eigendomsrechten
Klant/Consument-aangelegenheden	Eerlijke marketing, feitelijke en ongekleurde informatie en eerlijke contracten Beschermen van de gezondheid en veiligheid van klanten/consumenten Duurzame consumptie Klantenservice, -ondersteuning en oplossen van klachten en disputen Bescherming van consumenteninformatie en privacy Toegang tot essentiële diensten Voorlichten en bewustmaken
Betrokkenheid bij en ontwikkeling van de gemeenschap	Maatschappelijke betrokkenheid Onderwijs en cultuur Creëren van werkgelegenheid en vaardighedenontwikkeling Ontwikkelen van en toegang tot technologie Welvaart- en inkomenscreatie Gezondheid Maatschappelijke investeringen

Bron: Overzicht MVO-kernonderwerpen en MVO-issues (Moratis, L en Cochius, T (2010) ISO 26000 handleiding voor MVO)

Bijlage II – Interviewuitwerking verzekeringsmaatschappij A (Univé)

Univé is een coöperatie zonder winst oogmerk, bestaande uit leden die klant zijn bij Univé. De hoofdkantoren zijn gevestigd in Assen en Zwolle. Daarnaast zijn er nog ongeveer 150 regiovestigingen door heel Nederland met in totaal 2.800 medewerkers. De kernwaarden van Univé zijn:

- Persoonlijk
- Dichtbij
- Begrijpelijk
- No-nonsense
- Geld waard

Univé doet al redelijk veel aan MVO. MVO zit in hun genen en dit proberen ze ook zo veel mogelijk naar buiten toe te laten zien. Bij deze organisatie spreken ze meer van MO met MBO en MVO. Zowel de verantwoordelijkheid als de betrokkenheid in combinatie met het Maatschappelijk Ondernemen staat hoog in het vaandel. Univé staat dichtbij bij hun klanten en is voelt zich ook nauw verbonden met hun.

Sinds 1 januari 2012 is het bestuur binnen Univé opnieuw ingericht doordat ze een zelfstandige organisatie zijn geworden. MVO is door dit bestuur wel op de agenda gezet, maar er zijn nog geen verder stappen genomen ten aanzien van de besturing en de besluitvorming, omdat men graag een goede aansluiting wil tussen strategie en MO. Vooralsnog blijft daarom het 'oude' beleid gehandhaafd. Wel hebben al verschillende afdelingen hun beleid aangepast ten aanzien van MVO. Ook volgt Univé de gedragscodes op die zijn gesteld door het Verbond van Verzekeraars.

Bij het punt mensenrechten kijkt deze organisatie vooral naar hun medewerkers. De verhouding man/vrouw is over het algemeen ongeveer gelijk. In het bestuur zitten vooral mannen, maar er wordt nu gericht gezocht naar een vrouwelijk persoon voor in het bestuur. Ook wordt er gekeken naar de aanname van personeel. Er wordt bijvoorbeeld geprobeerd voor mensen die een afstand tot de arbeidsmarkt hebben, passend werk aan te bieden.

Univé werkt nauw samen met de ondernemingsraad en de vakbonden. Dit heeft ook mede te maken met de situatie die er nu speelt, een nieuw bestuur en een zelfstandige organisatie. Er worden regelmatig medewerkers tevredenheidsonderzoeken gehouden om in kaart te brengen wat de medewerkers vinden van Univé. Ook wordt er rekening gehouden met de gezondheid en de veiligheid van de medewerkers. Er zijn bijvoorbeeld meerdere vertrouwenspersonen binnen Univé en er worden regelmatig ontruimingsoefeningen gedaan. Daarnaast is er een mogelijkheid voor medewerkers om trainings- en ontwikkelingsprogramma's te volgen.

Univé probeert een duurzame leefomgeving te creëren voor hun medewerkers. Ook scheiden ze het afval als sinds jaar en dag. Echter zijn alle dossiers nog niet digitaal, maar hier wordt aan gewerkt. Vanaf het najaar 2013 wordt een volgende fase ingegaan. Ook is er rekening gehouden met milieu met de bouw van een nieuw kantoor. Er is bijvoorbeeld een warmte/koude opslag gekomen die in de zomer het kantoor koel houdt en in de winter het kantoor verwarmt door de aardwarmte onder het gebouw. Ook vanuit het klimaatdoel is er gekeken naar de bouw van het kantoor, bijvoorbeeld of de ramen ook open kunnen. Hieruit is besloten dat enkele ramen open kunnen zodat het klimaat goed geregeld kan worden binnen, maar er ook vrijheid is met de natuur buiten.

Ook hanteert deze organisatie een protocol waaraan leveranciers en relaties moeten voldoen. Hierdoor wordt er rekening gehouden met het eerlijk zakendoen. Daarnaast wordt een deel van de winst van Regionale Univé's verdeeld over de klanten, het is immers een organisatie zonder winst oogmerk. Ook bestaat er een beleid binnen deze organisatie over de aanname van geschenken.

Met betrekking tot het klant/consument punt vanuit ISO 26000 is Univé nauw betrokken bij hun klanten. Hun klanten krijgen bijvoorbeeld geregeld een mailtje met onder andere tips en een nieuwsblad via de post. Vanuit centraal niveau wordt er niet zoveel geregeld, dit wordt meer op regionaalniveau gedaan. Er worden bijvoorbeeld in een aantal regio's voorlichtingen gegeven met betrekking tot brand en dagen georganiseerd

voor jongeren met betrekking tot het verkeer. Het bleek ook dat jongeren die mee hebben gedaan aan deze dagen, minder ongelukken krijgen in het verkeer met betrekking tot de auto.

De benadering van service en dienstverlening naar de klant toe kan per regio verschillend zijn. Echter staat de service en dienstverlening voorop en willen ze dat de klanten/leden altijd goed geholpen worden. Het hoofdkantoor heeft hiervoor geen regels opgelegd naar de regiokantoren toe. Wel staat de klant bij alle regio's centraal.

De relatie met de lokale gemeenschappen regelen de regiokantoren zelf, ze zijn namelijk zelfstandige ondernemingen. Daarnaast heeft Univé een overkoepelend sponsorbeleid, wat mede is gericht op sport, en lokale sponsoractiviteiten. Ook zijn ze betrokken bij verschillende maatschappelijk betrokken ondernemen projecten. Verder heeft iedere medewerker binnen Univé recht op één dag, acht uur, vrijwilligerswerk per jaar. Hier wordt vaak gebruik van gemaakt.

Met betrekking tot de beleggingen die Univé doet voldoen ze aan alle eisen die het Verbond van Verzekeraars stelt. Echter hebben ze op dit moment nog geen eigen beleid hiervoor gemaakt.

Bijlage III – interviewuitwerking verzekeringsmaatschappij B (Unigarant)

Unigarant is een 100% dochteronderneming van de ANWB en is gevestigd in Hoogeveen. Er werken meer dan 500 medewerkers op verschillende afdelingen binnen het bedrijf. Onlangs is de fietsverzekering van Unigarant als beste getest door de consumentenbond. De kernwaarden van Unigarant zijn:

- Helpen
- Origineel
- No-nonsense
- Gedreven

Unigarant doet wel op verschillende vlakken aan MVO, maar formuleert dit nog niet als MVO. Ook hanteren ze nog geen MVO standaard, maar maken ze onder andere gebruik van de richtlijnen van MVO Nederland. Op hun website staat al wel wat over MVO, maar nog geen details.

Het bestuur van de organisatie hanteert een score aan MVO. Zo worden er bij de besluiten van contracten van personeel en aanbestedingen/ uitbestedingen scores aan toe gerekend. Deze scores hangen af van de kwaliteit en kosten die hiermee samenhangen. Verder gebeuren veel besluiten met betrekking tot MVO bij de ANWB. De ANWB hanteert MVO veel en zet dit nu ook door naar hun dochteronderneming.

Met mensenrechten in het buitenland komen ze niet veel in contact. Hun klantenservice is ook gevestigd in Hoogeveen om zo de betrokkenheid en de samenleving te ondersteunen met onder andere het aanbod van banen. De man/vrouw verhouding is bijna gelijk in deze organisatie en dit betreft ook de leiding gevende functies.

Unigarant vindt training en ontwikkeling van het personeel erg belangrijk. Er wordt gewerkt met een methodiek waarbij de werkgever, de baan en de collega's centraal staan om zo te onderzoeken hoe iemand zijn werk ervaart. Ook is er een ondernemingsraad die is gekozen door de medewerkers. Deze ondernemingsraad communiceert met de medewerkers via een intranet van de organisatie.

Digitalisering speelt al langere tijd bij deze organisatie. Ook worden polis wijzigingen veelal via internet of telefonisch door gegeven. De post die niet digitaal binnenkomt wordt bij binnenkomst direct in gescand en digitaal gemaakt. Ook het wagenpark met betrekking tot de labels en het gebouw is een aspect wat wordt meegenomen ten opzichte van het punt milieu. Hierbij speelt energiebesparing een grote rol.

Betreffende het punt eerlijk zakendoen krijgen alle intermediairs en tussenpersonen het nieuws digitaal. Hierbij is veel transparant en kunnen ze beschikken over sommige systemen van Unigarant. Ook heeft Unigarant het keurmerk Heldere polisvoorwaarden gekregen van het Verbond van Verzekeraars. Er wordt hierdoor transparant naar de klanten gecommuniceerd. Bij de telefonische service wordt er gebruik gemaakt van een keuzemenu, hierdoor wordt er sneller en service gericht gesproken met de klant. De klant is ook niet gebonden aan een verzekering doordat de (meeste) verzekeringen dagelijks opzegbaar zijn. Ook wordt er onderzocht hoe medewerkers, klanten en de samenleving praten op social media over de organisatie, zowel als werkgever als verzekeraar. Ook hebben ze een goede samenwerking met het middelbaar beroepsonderwijs in Hoogeveen. Elk jaar zijn er een aantal stageplaatsen beschikbaar voor deze studenten.

Verder doet Unigarant veel aan lokale sponsoring zoals hoofdsponsor bij de Hoogeveense Cascaderun. Verder bestaat er het zogenaamde UniFonds. Jaarlijks kunnen medewerkers een keuze maken uit drie goede doelen. Daarnaast wordt aan vrijwilligerswerk nog niet erg veel gedaan. Wel heeft de afdeling Marketing en Communicatie dit jaar meegedaan aan NLDoet. Mogelijk wordt dit volgend jaar breed in de organisatie opgepakt. De producten van Unigarant worden verkocht door tussenpersonen. Voor het direct afsluiten van producten kunnen consumenten terecht op de website van de verzekeraar. Beleggingen worden gedaan door de ANWB, daar zijn mensen aanwezig die zich continue bezig houden met de beleggingen. Hierop is controle vanuit de accountants van de ANWB.

Bijlage IV – Interviewuitwerking verzekeringsmaatschappij C (Aegon)

Aegon is een beursgenoteerde N.V. die wereldwijd opereert. Er werken ongeveer 25.000 medewerkers in meer dan 20 landen over de hele wereld waarvan ongeveer 5.000 in Nederland. Aegon is vooral een levensverzekeraar (individueel en pensioenen). De schadeverzekeringen die Aegon heeft worden alleen afgesloten in Nederland en Hongarije. De kernwaarden van Aegon zijn:

- Samenwerken
- Duidelijkheid bieden
- Verwachtingen overtreffen

Aegon doet al veel aan MVO en rapporteert daarover met behulp van de GRI- standaard. Ook staan ze al sinds 1999 in de Dow Jones Sustainability index. Dit is een index waar alleen de beste 10% van verzekeringsmaatschappijen over de gehele wereld in komen te staan die aan MVO doen. Voor Aegon zijn de investeringen van verzekeringspremies van klanten het belangrijkste aspect. Vanuit het bestuur wordt hier vanuit eigen principes (normen en waarden) een beleid op gevoerd. Die principes hebben te maken met milieu, sociale factoren en goed ondernemingsbestuur, de zogenoemde ESG-factoren. Ook worden de bedrijven waarin geïnvesteerd wordt beoordeeld op deze principes. Wijken bedrijven waarin wordt geïnvesteerd hiervan af, dan wordt er contact gezocht. Hierbij speelt controle vanuit de overkoepelende organisatie een grote rol. Echter kunnen de landen af en toe afwijken van dit beleid, maar de overkoepelende normen en waarden worden overal zo veel mogelijk gehanteerd. Ook is Aegon transparant naar buiten toe, alles is inzichtelijk ook het cijfermatige gedeelte.

Bij het punt mensenrechten wordt er geïnvesteerd vanuit de principes en wordt de Nederlandse wetgeving gehanteerd. Het percentage vrouwen wat bij Aegon wereldwijd werkt is 54% en op hoger managementniveau 31%.

Aan trainings- en ontwikkeling van de medewerkers wordt per jaar €453 gemiddeld besteed. Er wordt vooral gericht op de toekomst van medewerkers en hun leerdoelen. Daarnaast heeft Aegon haar eigen CAO en is er veel contact met de vakbonden. Ook is er per bedrijfsorgaan binnen Aegon een ondernemingsraad en wordt er elk jaar een medewerkers tevredenheidsonderzoek gehouden.

Ook is Aegon bezig bij te dragen aan het milieu op verschillende punten, onder andere: mobiliteit, CO2-doelstelling, energie, afval en een milieuzorgsysteem die voldoet aan de eisen van ISO 14001. Zo wordt er gestuurd op de CO2-uitstoot met betrekking tot de kantoren. Ook wordt het openbaar vervoer gestimuleerd en zijn er meer video-conferences zodat er minder gereisd hoeft te worden.

Met betrekking tot het punt eerlijk zakendoen worden leveranciers beoordeeld voordat ze mogen leveren aan Aegon en vindt er een korte screening plaats van klanten voordat ze hem of haar gaan verzekeren. Daarnaast vindt Aegon de kwaliteit en de service belangrijker dan de prijs voor de verzekeringen.

Verzekeringsmaatschappijen moeten in deze tijd het vertrouwen terug winnen van klanten/consumenten. Hierdoor speelt het punt klant/consument een grote rol. Echter kunnen klanten alleen via internet of een onafhankelijk intermediair/ tussenpersoon verzekeringen afsluiten bij Aegon. Ook wordt er steeds vaker de telefoon gepakt om contact te leggen met de klant. Daarnaast geeft Aegon zelf voorlichting met betrekking tot de keuzes die er zijn en de bewustwording hiervan.

Aegon richt zich met betrekking tot de lokale gemeenschappen vooral op de steden waar ze gevestigd zijn. Daarnaast richten ze zich landelijk op de ziekte Alzheimer met betrekking tot hun visie op financiële bewustwording en op sport als hoofdsponsor van Ajax. Vanuit het internationale oogpunt is er een beleid op het gebied van donaties en daarin staat dat het merendeel van de donaties besteed moet worden aan welzijn, gezondheid en scholing. Aegon richt zich niet op het onderwijs met betrekking tot stages en voorlichtingen. Er wordt daarnaast meer gericht op de doelgroep 25 tot en met 50 jaar met betrekking tot hun financiële bewustwording en pensioen. Daarnaast is er in de CAO van Aegon net opgenomen dat medewerkers 12 uur per jaar vrijwilligerswerk mogen doen waarbij ze wel de uren doorbetaald krijgen.

Bijlage V – Interviewuitwerking verzekeringmaatschappij D (Zwitserleven)

Zwitserleven is een pensioenverzekeraar die de ambitie heeft om elke Nederlander het Zwitserleven gevoel te geven en is onderdeel van SNS Reaal. Het hoofdkantoor van Zwitserleven is gevestigd in Amstelveen en er werken ongeveer 700 medewerkers bij het bedrijf. Zwitserleven maakt onder andere gebruik van Principles for Sustainable Insurance (PSI) van de Verenigde Naties, de Principles for Responsible Investment (PRI), ISO 14001, GRI 3.1 en Carbon Disclosure Project (CDP) om MVO toe te passen binnen het bedrijf. Daarnaast is Zwitserleven uitgeroepen tot meest duurzame verzekeraar in september 2012 door de Vereniging van Beleggers voor Duurzame Ontwikkeling (VBDO). De PSI hebben betrekking op:

- Het verankeren van milieu-, sociale en bestuurs-kwesties in de besluitvorming van het bedrijf.
- Samenwerken met klanten en zakelijke partners om het bewustzijn te verhogen van milieu-, sociale en bestuurs-kwesties, risicobeheersing en het ontwikkelen van oplossingen.
- Samenwerken met overheden, toezichthouders en andere belanghebbenden om de acties te bevorderen in de maatschappij op milieu-, sociale en bestuurs-kwesties.
- Verantwoording en transparantie regelmatig in het openbaar tonen over de vooruitgang en de uitvoering van de kernwaarden.

Zwitserleven startte in de tweede helft van 2011 met MVO. In 2011 en 2012 ging een eerste groep medewerkers en de directie in gesprek met maatschappelijke instellingen, innovatieve bedrijven en klanten. Zwitserleven koos voor maatschappelijke impact in het hart van de organisatie en richt ze zich nu vooral op het kernbedrijf en de kernactiviteiten zowel op korte als lange termijn. Reden is dat pensioen in de kern eigenlijk al een maatschappelijk product is, omdat het inkomen is voor op een later tijdstip en mensen niet begrijpen wat pensioen is, wat ze kopen en wat ze opbouwen. Zwitserleven kiest er voor om pensioen weer relevant te maken en focust daarbij op eenvoud in pensioen.

Naar aanleiding van deze reizen en gesprekken met klanten, medewerkers en toezichthouders zijn Onze Verantwoordelijkheid (verantwoordelijkheid voelen voor de toekomst van mensen) en vier principes (kernwaarden) geformuleerd met focus op de korte en lange termijn. De principes zijn: mijn geweten, samen jij en ik, helder en goed en vrij en zeker. Alle MVO elementen zitten verweven in deze principes. Deze principes vormen de leidraad voor alles wat er bij Zwitserleven wordt besloten en gedaan. Op dit moment worden de principes geborgd in de governance. Bij de besturing en besluitvorming vanuit het bestuur wordt er ook gehandeld vanuit deze principes. Zwitserleven is hiermee begonnen bij de directie en rolt dat nu verder uit in de organisatie. In workshops hebben medewerkers Onze verantwoordelijkheid en de principes vertaald naar hun eigen werk. Op een A3 zijn in de eerste helft van 2013 “Woorden” geformuleerd die in de tweede helft van 2013 moeten leiden tot “Daden”.

Zwitserleven start in 2013/2014 met de ontwikkeling van sturing op basis van het gedachtegoed people, planet, profit. Ook wordt in 2013/2014 wordt communicatie intern en extern verder ontwikkeld.

Bij het punt mensenrechten wordt er met name gestuurd door de richtlijnen die SNS Reaal heeft geformuleerd. Hierbij worden er vooral veel trainingen aangeboden op het gebied van integriteit. Daarnaast wordt er gewerkt om mensen met een beperking aan te nemen zodat ook zij dichterbij de arbeidsmarkt komen. Ook wordt er gekeken naar de verschillende culturen die mensen hebben en hoe die het beste kunnen worden samengevoegd om er iets waardevols van te maken. Het beloningsbeleid is ook een punt van mensenrechten. Door de Staatssteun die moederbedrijf SNS REAAL heeft ontvangen en de nationalisatie in 2013 past bescheidenheid op het gebied van belonen. Zo heeft het senior management geen variabele beloning en zijn de salarisschalen met ingang van 2013 verlaagd. Zwitserleven wil er naar toe dat het beloningsbeleid en het salarisbeleid meer duurzamere en lange termijn elementen bevat. Ook

wordt er gericht op de man/vrouw verhouding binnen het bedrijf. Echter zijn in het management de vrouwen nog wel in de minderheid vergeleken met de mannen.

Zwitserleven biedt veel opleidingen en trainingen aan voor hun medewerkers op verschillende gebieden. Zo wordt er in de jaarlijkse beoordelingscyclus aan medewerkers gevraagd om een ontwikkelingsplan op te stellen zodat hier op gericht kan worden. Daarnaast heeft SNS Reaal een centrale ondernemingsraad en Zwitserleven ook een eigen ondernemingsraad. De ondernemingsraad wordt verkozen door de medewerkers zelf. De ondernemingsraad van Zwitserleven overlegt tenminste één keer in de maand met de directie. Daarnaast onderhandelt SNS REAAL met de vakbond onder andere over de CAO. Ook wordt er één keer in het jaar een medewerkers tevredenheidsonderzoek gedaan vanuit SNS Reaal met algemene vragen en specifieke vragen betreffende Zwitserleven. Naar aanleiding van de resultaten van dit onderzoek wordt een plan van aanpak met acties per divisie voor het volgende jaar opgesteld. De resultaten en de acties worden gedurende het jaar in de directie besproken.

Ten aanzien van milieu ligt de focus bij Zwitserleven op het beleggingsbeleid en de carbon foot print van haar zelf. Reden voor deze focus is:

- Beleggingen: Het geld van klanten (15 miljard) wordt geïnvesteerd om pensioen op te bouwen. De impact is daar dus het grootst. Het verantwoorde beleggingsbeleid richt zich op de ESG-criteria (Environmental, Social en Governance) en is breder dan alleen milieu. Dit beleggingsbeleid staat op de website van Zwitserleven.
- De eigen carbon foot print: Zwitserleven heeft geïnventariseerd wat haar eigen foodprint is. Het doel hierbij is bedrijven en beleggers te voorzien van informatie over de onderling samenhangende kwesties van klimaatverandering, water en bossen. Uit de inventarisatie blijkt dat Zwitserleven op dit moment de meeste milieuvuiling als organisatie maakt door de reisbewegingen van de medewerkers. Zwitserleven start met een mobiliteitsbeleid en zal verdere actie combineren met de overgang naar het nieuwe werken dat in de loop van 2014 wordt ingevoerd. Dit houdt in dat medewerkers twee dagen in de week op kantoor zijn en de rest van de tijd thuis aan het werk zijn. Onderdeel daarvan is digitalisering. De directie en kernmanagement werken al wel digitaal met een laptop/ipad. Ook in de externe communicatie wordt steeds meer overgegaan naar digitalisering. Het papier dat wordt gebruikt is duurzaam.

Ook richt deze organisatie zich tot het doen van eerlijke zaken. Mede naar aanleiding van het dossier compensatie belegpensioen streeft Zwitserleven er naar om procentuele en nominale kosten in lijn te brengen met de aanbevolen kostennorm. Ook worden in het product Zwitserleven Exclusief Pensioen de kosten apart bij de werkgever in rekening gebracht zodat de werknemers weten welk bedrag aan pensioenopbouw wordt besteed. In 2013/2014 worden er belijden ontwikkeld ten aanzien van duurzaam risico, producten, distributie en klanten.

Zwitserleven verkoopt haar pensioenen aan werkgevers, zij zijn de klant. Hierbij wordt zowel fysiek als via mail, internet of telefoon contact gelegd met de klant. Ook wordt er gebruik gemaakt van diverse klantenpanels. Daarnaast richt Zwitserleven zich ook steeds meer op de medewerkers van de klanten. Wel is er te zien dat het fysiek klantencontact verminderd. Doelgroepen als jongeren en ouderen worden benaderd vanuit de context waarin zij leven en de verschillende interesses. Zo worden er pensioenavonden georganiseerd voor mensen die drie jaar voor hun pensioen staan.

Met betrekking tot het punt maatschappelijke betrokkenheid doet Zwitserleven weinig tot niet aan sponsoring. Wel werken ze veel samen met verschillende maatschappelijke organisaties en wordt een koppeling gemaakt met de kennis die Zwitserleven in huis heeft (bijvoorbeeld pensioenen, administratie, marketing, beheer en educatie). Het thema daarbij is financiële zelfredzaamheid. Via de stichting samen voor later – met de drie pijlers voor, door en met medewerkers, strategische partners en de omgeving – worden activiteiten ontwikkeld. In de pijler voor, door en met medewerkers doen onder de noemer “zorgen met gevoel” medewerkers één dag in het jaar vrijwilligerswerk op kosten van de baas. Meer dan de helft van de medewerkers doet hier aan mee. Daarnaast wordt lesgegeven op basisscholen, middelbaar

onderwijs, hoge scholen en universiteiten en zijn er stageplaatsen zodat jongeren werkervaring kunnen opdoen en Zwitserleven kennis en inzicht in huis haalt van het gedachtegoed van jongeren. Met betrekking tot hun omgeving is Zwitserleven in contact met de gemeenten Amstelveen en Amsterdam om andere activiteiten te ontwikkelen zodat de maatschappelijke impact zo groot mogelijk is. Bij de partnerships is er een partnership met Enviu om micropensioen in Ghana te ontwikkelen. Zwitserleven wil graag bijdragen aan pensioenontwikkeling in andere landen en leert door pensioen te ontwikkelen in Ghana terug te gaan naar de essentie van pensioen.

Bijlage VI - Interviewschema

Interviewschema MVO bij verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland

[Datum, tijd, plaats]

Geïnterviewde: [Naam, e-mailadres, telefoonnummer]

Interviewer: Anita van den Hof (a.van.den.hof@st.hanze.nl, tel.: 06-21645744)

Doel

Het onderzoeken van maatschappelijk verantwoord ondernemen bij verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland. Hierbij wordt onderzocht welke toegevoegde waarde MVO kan hebben voor verzekeringsmaatschappijen, wordt er beschreven in hoeverre de maatschappijen bezig zijn met MVO en worden er aanbevelingen gegeven over MVO voor verzekeringsmaatschappijen.

Inleiding

Beste mevrouw/meneer, bedankt dat ik u mag interviewen. Ik ben een studente van de opleiding Bedrijfseconomie van de Hanzehogeschool te Groningen en zit nu in het derde jaar van mijn opleiding. Naast het reguliere programma volg ik ook het Honours Talentprogramma. Met dit Honours Talentprogramma doe ik nu een onderzoek naar Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) bij verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland. MVO heeft te maken met People, Planet, Profit; de sociale, ecologische en economische aspecten. Er zijn verschillende standaarden om MVO toe te passen. ISO 26000 is hier één van. Deze is gericht op internationale richtlijnen en kan gebruikt worden bij alle organisaties. Met behulp van deze standaard wil ik in kaart gaan brengen hoe verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland in spelen op MVO. Hierbij behandel ik de onderwerpen: behoorlijk bestuur, mensenrechten, arbeidsomstandigheden, het milieu, eerlijk zakendoen, klant/consument-aangelegenheden en betrokkenheid bij en ontwikkeling van de gemeenschap.

Mijn doel voor dit interview is om een realistisch beeld te krijgen of uw bedrijf doet aan MVO en wat ze er dan aan MVO doen. De informatie die uit dit interview naar voren komt wordt gebruikt voor het rapport en wordt alleen gelezen door de opdrachtgever, verzekeringsmaatschappijen in Noord-Nederland waarmee ik een interview heb gehad, de Honoursdocenten/studenten en ik zelf. Als u echter iets niet in het rapport wilt laten terug komen kan dat altijd. Wilt u dit wel tijdig melden?

Mag ik uw bedrijfsnaam noemen in het rapport of wilt u liever anoniem blijven?

Zou u ook een exemplaar van het rapport willen ontvangen?

Ik hoop in een uur aan de hand van de vragen een goed beeld te krijgen of uw bedrijf bezig is met MVO en wat ze er dan zoal aan doen.

Vindt u het goed als ik het gesprek vanaf nu ook opneem om het later terug te horen? Het gesprek wordt alleen door mij terug geluisterd.

Hebt u vooraf vragen over het interview?

Dan zou ik eerst graag willen ingaan op uw werkervaring. Daarna zou ik graag meer willen weten over het bedrijf zelf. Als laatste ga ik vragen stellen met betrekking tot ISO 26000.

Werkervaring

- Wat zijn zoal u werkzaamheden op een dag?

De organisatie

- Wat zijn de kernwaarden van het bedrijf?
- Doet het bedrijf al aan MVO?
 - o Zo ja, wat doen ze hieraan?
 - o Treed de organisatie hiermee ook naar buiten?

ISO 26000

- Wordt er vanuit het bestuur ook gericht gestuurd op MVO?
 - o Zo ja, hoe?
 - Besturing, transparant, besluitvormingscultuur
- Staat de organisatie ook stil bij de mensenrechten voor iedereen?
 - o Zo ja, hoe?
 - o Staat de organisatie ook stil bij de mensenrechten van het personeel?
 - o Zo ja, hoe?
 - Aannee personeel, discriminatie/mannen en vrouwen gelijk, risicolanden
- Hoe zijn de arbeidsomstandigheden bij de organisatie?
 - Gezondheid, veiligheid, trainings- en ontwikkelingsprogramma's, vakbonden, ondernemingsraden, medezeggenschapsorganen, medewerkerstevredenheid
- Bent u ook bezig met het milieu?
 - o Zo ja, hoe?
 - Voorzorgsmaatregelen, milieurisico's, vervuiling, levenscyclusbenadering, productservice benadering, duurzaam gebruik van hulpbronnen, klimaatverandering, beschermen van milieu
 - papier
- Hoe gaat u om met eerlijk zakendoen met uw zakelijke relaties?
 - o En met uw personeel?
 - Concurrentie, anticorruptie, respect voor eigendom, duurzame waardeketen
- Hoe treedt u naar de klant/consument toe met betrekking tot MVO?
 - Eerlijke marketing, voorlichtingen, beschermen van gezondheid en veiligheid, duurzame consumptie, service/dienstverlening, privacy, geschillenoplossing
- Doet u ook wat voor lokale gemeenschappen?
 - o Zo ja, wat?
 - Lokale sponsoring, scheppen van werkgelegenheid en opleiden, voorlichting en cultuur, vrijwilligerswerk

- Heb ik zaken niet genoemd, maar waarvan u denkt dat ze wel van belang zijn?

Afsluiting

Dan ben ik nu aangekomen aan het eind van het interview. Hebt u nog vragen aan mij?

Zou ik nog eens mogen bellen/mailen voor aanvullende informatie indien nodig?

Op vrijdag 5 juli aanstaande geef ik een mondelinge toelichting op het rapport door middel van een presentatie. Graag wil ik u hiervoor uitnodigen. Kunt u hierbij aanwezig zijn?

Dan wil ik u hartelijk bedanken voor uw medewerking en het interview.