



Verslag
Evaluatie van de promotionele taak van het NCP 2007-2010

Aanvrager: Ministerie van Economische Zaken
Contactpersoon: R.E. van Hell

Mei 2010

Good Company

Contactpersoon: Eleonoor Hintzen
Danzigerkade 17
1013 AP Amsterdam
Telefoon 020 - 58 12 400
hintzen@goodcompany.nl
www.goodcompany.nl

Inhoud

Inhoud	2
1 Inleiding	3
2 Onderzoeksopzet.....	3
2.1 Doel	3
2.2 Doelgroep.....	3
2.3 Onderzoeksmethode.....	3
3 Verwerking gegevens	4
3.1 Inleiding	4
3.2 Bevindingen interviews onder intermediaire organisaties.....	5
3.2.1 Deelnemers.....	5
3.2.2 Algemene bevindingen	5
3.2.3 Informatievoorziening vanuit het NCP	5
3.2.4 Het doorgeven van informatie door het intermediair	6
3.2.5 Tips voor toekomstige communicatie	6
3.3 Bevindingen digitaal onderzoek ondernemers.....	7
3.3.1 Deelnemers.....	7
3.3.2 Bekendheid met de OESO-richtlijnen.....	7
3.3.3 Normatief kader	8
3.3.4 Kennisbron.....	10
3.3.5 Communicatie	11
4 Conclusies.....	12
5 Aanbevelingen	13
Bijlagen	

1 Inleiding

Eind 2006 heeft Good Company een onderzoek onder het bedrijfsleven uitgevoerd naar de rol en het functioneren van het NCP. Focus van het onderzoek lag specifiek op: de mate waarin bedrijven bekend waren met de OESO richtlijnen; de wijze waarop bedrijven de rol en het functioneren van het NCP zagen of ervoeren; de wijze waarop het NCP de OESO richtlijnen het beste uit zou kunnen dragen c.q. de communicatie over de OESO richtlijnen het meest effectief in kan vullen (een van haar hoofdtaken). Onderzoek werd gedaan onder bedrijven die betrokken waren geweest bij een casus, bedrijven die gebruik maken van het buitenlandinstrumentarium en een controle groep.

Mede op basis van dit onderzoek is in 2007 het NCP heringericht en is de communicatie over het NCP en specifiek de OESO-richtlijnen versterkt.

Het in 2006 uitgevoerde onderzoek diende als nulmeting. Afgesproken is om 3 jaar na de herzieningen voortgang te meten van specifiek de promotionele taak van het NCP. Good Company heeft dit onderzoek uitgevoerd. Een verslag treft u hieronder aan.

2 Onderzoeksopzet

2.1 Doel

Het doel van het onderzoek was om

1. het effect van de voorlichting die plaats heeft gevonden van 2007-2010 te toetsen. Dit is gemeten aan
 - a. de mate van bekendheid van het NCP en de OESO richtlijnen bij bedrijven (uitgedrukt in verhouding tot 2006);
 - b. de borging van de informatievoorziening bij het intermediair
2. input te krijgen voor de promotionele taak vanaf zomer 2010. Inzicht voor de wijze van communicatie (vorm, middelen, boodschap etc.) die bekendheid en gebruik/toepassing van de OESO richtlijnen nog verder kan versterken;

2.2 Doelgroep

Het onderzoek omvatte de volgende doelgroepen:

1. Het intermediair
 - a. Projectleiders van de buitenlandprogramma's (EVD)
 - b. Verantwoordelijken bij de brancheorganisaties die betrokken zijn bij het promotionele programma
 - c. Adviseurs van de Kamer van Koophandel
2. Bedrijfsleven (een mix van MKB en grote bedrijven, allen internationaal opererend).

2.3 Onderzoeksmethode

2.3.1. Diepte-interviews met het intermediair

Er zijn 12 vertegenwoordigers van het intermediair telefonisch geïnterviewd.

Gegevens van contactpersonen werden door EZ verstrekt. Interviews waren semi-gestructureerd en vonden plaats aan de hand van de door Good Company opgestelde leidraad (zie bijlage 3).

De leidraad was ingedeeld in 4 gedeeltes:

1. Inleiding; hierin is ingegaan op de visie van de leden/klanten van de organisaties op de thema's uit de OESO-richtlijnen en het al dan niet actief zijn van leden op deze thema's.
2. Informatievoorziening vanuit het NCP; hierin is ingegaan op de visie van geïnterviewde op de mate en vorm van informatievoorziening.
3. Doorgeef functie van het intermediair; hierin is ingegaan op de mate en wijze waarop het intermediair de informatie die zij van het NCP gekregen hebben opgeslagen en verspreid, kortom of en hoe kennisoverdracht over de OESO-richtlijnen geborgd is.
4. Communicatie in de toekomst; hier zijn tips voor communicatie aan de respondenten gevraagd.

De diepte interviews waren door het secretariaat met de deelnemers gepland en duurden circa 1 uur.

2.3.2. Online onderzoek onder het bedrijfsleven

Good Company heeft aanvullend aan bovenstaand onderzoek vragenlijsten uitgezet via Survey World, een digitaal instrument om efficiënt en effectief binnen korte tijd input van een groot aantal bedrijven te krijgen.

Er zijn 231 vragenlijsten uitgezet, verdeeld over bedrijven uit de verschillende brancheverenigingen op wie het NCP zich heeft gericht.

De vragenlijst bestond uit 6 vragen die zich richtten op bekendheid met -en toepassing van de OESO-richtlijnen en/of de onderhavige thema's. Tevens richtten de vragen zich op de wijze van communicatie.

Het betrof een korte vragenlijst met hoofdzakelijk meerkeuze vragen (zie bijlage 5).

3 Verwerking gegevens

3.1 Inleiding

Hieronder worden in twee hoofdstukken de uitkomsten van respectievelijk de interviews en het online onderzoek gegeven.

Aangezien er slechts 12 vertegenwoordigers van intermediaire organisaties geïnterviewd zijn is het niet zinvol om de bevindingen te kwantificeren. In de omschrijving van de bevindingen worden algemene indrukken en de hoofdlijnen uit de interviews weergegeven.

Bij de weergave van de online interviews hebben we wel gekwantificeerd. Dit is met een deelname van 56 bedrijven niet helemaal gerechtvaardigd en de resultaten kunnen dan ook niet als 'significant' worden beschouwd. De uitkomsten van dit onderzoek bevestigen echter hetgeen in de interviews weer wordt gegeven.

Van de mensen die niet aan het onderzoek deel hebben genomen, heeft een deel niet gereageerd en een deel (36) heeft aangegeven niet deel te willen nemen. De mensen die aan hebben gegeven niet deel te willen nemen doen dit veelal omdat zij niet bekend zijn met de OESO-richtlijnen en/of van mening zijn dat de OESO-richtlijnen niet op hen van toepassing zijn. Het is niet mogelijk iets te zeggen over de beweegredenen van de mensen die in het geheel niet deelgenomen hebben.

Wij durven echter, gebaseerd op hetgeen hiervoor staat en onze overall ervaring, toch te zeggen dat dit onderzoek, ondanks de geringe respons, een waarheidsgetrouw beeld geeft van de bekendheid van de OESO-richtlijnen.

3.2 Bevindingen interviews onder intermediaire organisaties

3.2.1 Deelnemers

De 12 deelnemers waren als volgt over de verschillende organisaties verdeeld:

- EVD; 3 personen
- Brancheorganisaties; 5 personen
- Kamer van Koophandel; 4 personen

Voor de te interviewen personen is een lijst van circa 23 mensen aangeleverd, wij hebben hier zelf 12 deelnemers uit geselecteerd. Soms bleek dat de genoemde persoon niet meer werkzaam was bij de benaderde organisatie en werd er vanuit de organisatie iemand anders naar voren geschoven.

Aan het einde van de interviews is aan de deelnemers aangegeven dat het ministerie van Economische zaken bij voorkeur ook verslagen van de individuele interviews zou willen hebben. Aan de deelnemers is aangegeven dat zij aan mochten geven als zij hier bezwaar tegen hadden. Er waren 3 deelnemers die aangaven dit niet prettig te vinden. Om die reden is de lijst met deelnemers niet toegevoegd. Hun input is wel weergegeven bij de algemene bevindingen, de verslagen van hun interviews zijn niet opgenomen in bijlage 3.

3.2.2 Algemene bevindingen

Ter inleiding werd aan de respondenten gevraagd of hun leden/klanten de onderwerpen uit de OESO-richtlijnen in hun ogen als issue zagen en of de leden/klanten in hun ogen actief waren op MVO.

Respondenten gaven aan dat zij hier lang niet altijd van op de hoogte zijn maar dat zij verwachten dat de OESO-richtlijnen in wisselende mate bekend zijn bij bedrijven. De OESO als organisatie is wel bekend bij de ondernemers zo wordt gezegd.

Respondenten vroegen zich hardop af of het relevant is dat vooral het NCP maar ook de OESO-richtlijnen an sich bekend zijn. MVO neemt als term toe in bekendheid. Ook neemt de actie op de aan MVO gerelateerde thema's toe. Specifiek wordt genoemd: milieu, kinderarbeid, corruptie en/of armoedebestrijding (thema's zijn mede afhankelijk van de sector/branche). "Is dit niet voldoende?" zo wordt opgemerkt.

3.2.3 Informatievoorziening vanuit het NCP

Van het NCP gaven respondenten vrij unaniem aan dat deze organisatie niet bekend is bij de bedrijven noch bij de brancheorganisaties zelf. Daarbij moet wel de kanttekening gemaakt worden dat Michiel van Yperen niet geassocieerd wordt met het NCP maar met MVO Nederland. Op het moment dat wij aangaven dat hij van het NCP was gaven geïnterviewden over het algemeen aan dan wel bekend te zijn met het NCP als organisatie.

Opvallend is dat circa de helft van de respondenten aangeeft wel gehoord te hebben van de OESO-richtlijnen maar er verder niet echt mee bekend te zijn.

Overall gaf men aan dat men de informatievoorziening vanuit het NCP weinig actief vindt. De informatie is echter indien hij nodig is wel goed te vinden via internet. En als zodanig voldoende aldus respondenten.

De re-actieve rol van het NCP ziet men als goed, hiermee wordt overkill voorkomen.

De EVD, waar aldus respondenten MVO Nederland met Michiel van Yperen als vertegenwoordiger een training over MVO heeft gegeven, was enthousiast over een goede praktijkgerichte training.

Over de kwaliteit van de informatie hebben respondenten een wisselende mening. Sommige vinden het voldoende en praktisch (de gepopulariseerde versie van de OESO-richtlijnen wordt specifiek genoemd), anderen geven aan dat ze de informatie te theoretisch vinden en moeilijk toegankelijk.

3.2.4 Het doorgeven van informatie door het intermediair

Overall geeft men er de voorkeur aan om informatievoorziening over MVO te koppelen aan praktische thema's zoals bijvoorbeeld ketenbeheer en niet als aparte entiteit neer te zetten. Ditzelfde geldt voor de OESO-richtlijnen. Zoals men zegt; "leden gebruiken vaak noch de term OESO noch de term duurzaam of MVO. Zij worden geprikkeld door een thematische/bedrijfsmatige aanpak waar MVO in verweven zit. Informatie die zo ingedeeld is dat ze relatief makkelijk de voor hen relevante informatie kunnen vinden. Denk aan indeling naar land, product, branche, keten etc."

Meerdere intermediairs geven naast actieve informatie op thema's passieve informatie over de OESO-richtlijnen als kader door een link op hun site naar de site van het NCP. Slechts een paar intermediairs geven aan in het geheel geen aandacht te besteden aan de OESO-richtlijnen, simpelweg omdat dit veel te theoretisch is en zij focussen op een paar speerpunten die voor hun branche relevant zijn.

Hoewel het aantal interviews te laag is om echte conclusies te trekken lijkt het dat van het intermediair de brancheverenigingen zich met name op themagerichte informatie voorziening richten. Daar waar de EVD als intermediair zich echt actief richt op bekendmaking van de OESO-richtlijnen, dit mede in het kader, o.a. van de buitenlandprogramma's waar bedrijven moeten tekenen bekend te zijn met- en actie te nemen met betrekking tot de OESO-richtlijnen.

De KvK geeft aan bezig te zijn haar website opnieuw in te delen. Zij gaat marktgestuurd werken. Er komen zelden tot geen vragen over sec MVO bij hen binnen. Zij gaan MVO sterker verweven in reguliere informatie denk b.v. aan voorlichting over internationale handel.

Zij geven, net als andere intermediairs, aan dat zij een belangrijke rol voor voorlichting zien voor MVO Nederland. Ondernemers zullen voor MVO gerelateerde onderwerpen eerder bij MVO Nederland kijken voor informatie dan bij hen, zo wordt aangegeven.

3.2.5 Tips voor toekomstige communicatie

De tips voor toekomstige communicatie zijn als volgt samen te vatten:

Overall

- Belangrijk is dat er gericht wordt op praktische communicatie over de onder de OESO-richtlijnen vallende thema's. Communicatie in de vorm van handvatten en tips en tools, op een wijze dat de ondernemers er praktisch mee aan de slag kunnen. Overall communicatie over de OESO-richtlijnen vindt men minder belangrijk.

Middelen

- Gebruik MVO Nederland als centrale informatieportal
- Verhoog de vindbaarheid op 'Google' van praktische aan de OESO-richtlijnen gerelateerde documenten
- Maak gebruik van middelen uit het buitenland

Inhoud

- Vat de richtlijnen praktisch/kort en krachtig samen en verspreid die informatie
- Zorg voor best practices
- Ontwikkel een standaard tekst voor branches voor op hun website met een link naar diepgaande informatie

Versterken rol van het intermediair

- Richt je op samenwerking: organiseer een bijeenkomst voor brancheorganisaties; ga de dialoog aan, nodig NGO's uit.
- Sluit aan bij de programma's van het intermediair

3.3 Bevindingen digitaal onderzoek ondernemers

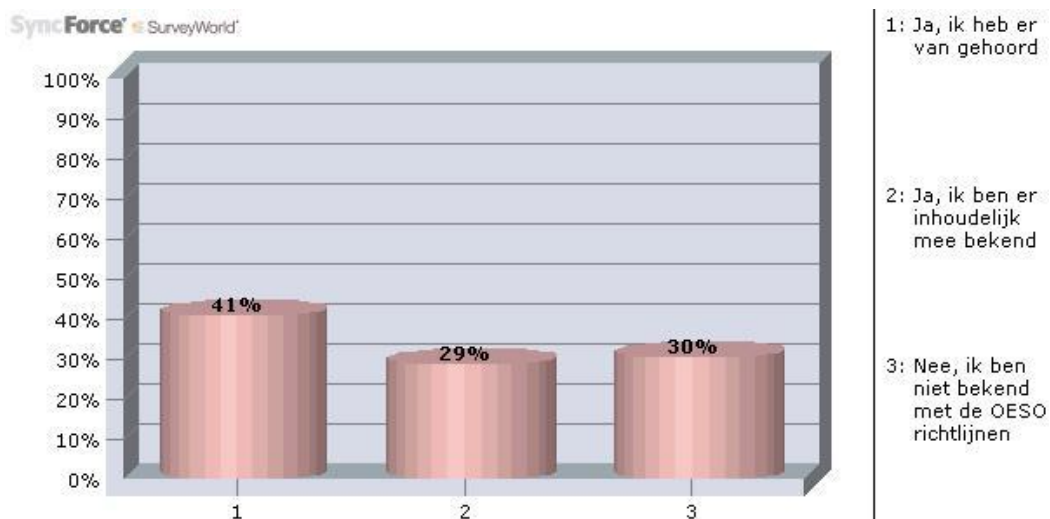
3.3.1 Deelnemers

In totaal zijn 231 mensen benaderd om deel te nemen aan het digitale onderzoek. Het reactiepercentage was 40% (92 mensen). Van de 92 mensen die reageerden hebben 56 mensen de vragenlijst ingevuld en 36 mensen gaven aan niet deel te nemen aan het onderzoek. De redenen om niet deel te nemen aan het onderzoek waren o.a. omdat het onderzoek voor hen niet relevant is/zij niet bekend zijn met het onderwerp, zij niet in het buitenland opereren, de vragenlijst enerzijds te gericht is op het MKB en anderzijds op multinationals en vanwege drukte. Van 60% van de mensen die werden benaderd om mee te doen (139 mensen) ontvingen wij geen reactie.

De hoogste opkomst was vanuit de stichting centrale ondernemingsraden van multinationale ondernemingen (MNO), waar 8 van de 10 benaderden de vragenlijst hebben ingevuld.

3.3.2 Bekendheid met de OESO-richtlijnen

Aan de deelnemers is gevraagd of zij bekend zijn met de OESO-richtlijnen voor multinationale ondernemingen. Onderstaande figuur geeft de respons hier op weer.



Vraag 1. Bent u bekend met de OESO-richtlijnen voor multinationale ondernemingen?

- 1 = er van gehoord
2 = inhoudelijk bekend
3 = niet bekend

Bij het onderzoek in 2006 waren de uitkomsten als volgt:

Bekendheid met OESO richtlijnen	Bedrijven gebruikmakend instrumentarium	Controlegroep
Nooit van gehoord	20%	45%
Wel eens van gehoord, niet bekend met de inhoud	35%	20%
Totaal niet bekend met de inhoud	55%	65%
Globaal bekend met de inhoud	45%	35%

Een globale vergelijking tussen de uitkomsten van 2006 en 2010 ziet er als volgt uit:

Bekendheid met OESO richtlijnen	Totaal 2006*	Totaal 2010
Nooit van gehoord	32,5%	30%
Wel eens van gehoord, niet bekend met de inhoud	27,5%	41%
Globaal bekend met de inhoud	40%	29%

* groeps grootte was gelijk middeling is daardoor toegestaan

Gezien de geringe respons van het onderzoek kan er statistisch niets worden afgeleid uit deze percentages. De ontwikkeling bevestigt echter de tendens dat meer mensen van de OESO-richtlijnen gehoord hebben. Het feit dat meer mensen niet bekend zijn met de inhoud kan verklaard worden doordat een deel van de mensen die net met de OESO-richtlijnen in aanraking zijn gekomen logischerwijs aan hebben geven dat zij nog niet bekend zijn met de inhoud.

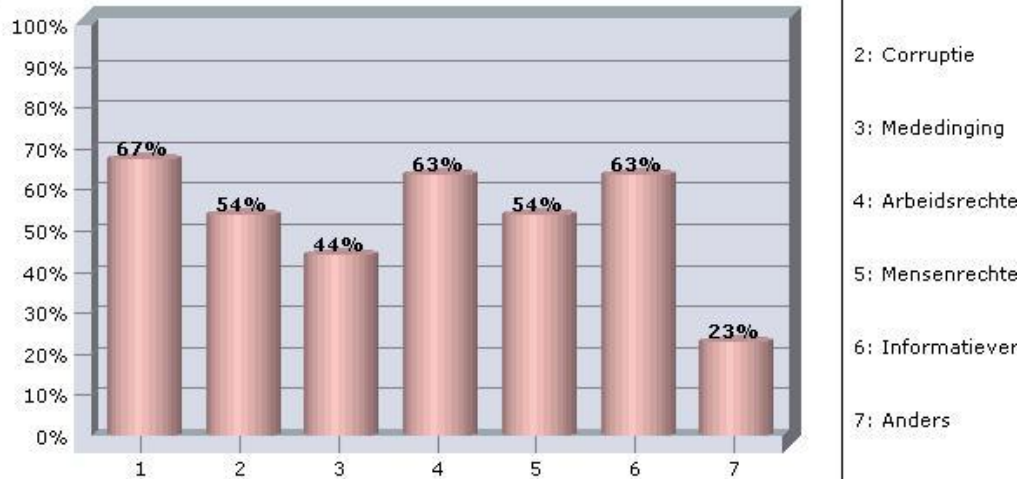
Gezien de inspanningen met betrekking tot het naleven van de OESO-richtlijnen van de EVD is te verwachten dat hun klanten beter bekend zijn met de richtlijnen. Het is in dit kader belangrijk op te merken dat de EVD geen adressen heeft aangeleverd voor het onderzoek.

3.3.3 Normatief kader

Aan de deelnemers is gevraagd of zij formele richtlijnen of een normatief kader hebben met betrekking tot in de OESO-richtlijnen genoemde thema's.

Gekeken naar de verschillende thema's blijkt dat meer dan 60% van de bedrijven formele richtlijnen heeft met betrekking tot milieu (67%), arbeidsrechten (63%) en informatieverstrekking/transparantie (63%). 54% van de deelnemers heeft richtlijnen met betrekking tot corruptie en/of mensenrechten. 44% met betrekking tot mededinging. De respondenten die anders aangeven verwijzen over het algemeen naar een algemene code of conduct die zoals zij zeggen 'alles afdekt'.

SyncForce® SurveyWorld®



Vraag 3. Ik heb voor mijn bedrijf formele richtlijnen/een normatief kader met betrekking tot (meerdere antwoorden mogelijk)

- 1 = Milieu
- 2 = Corruptie
- 3 = Mededinging
- 4 = Arbeidsrechten
- 5 = Mensenrechten
- 6 = Informatieverstreking/transparantie
- 7 = Anders

Van de 56 mensen die de vragenlijst hebben ingevuld geven 50 (89%) aan dat zij voor hun bedrijf richtlijnen/een normatief kader hebben m.b.t. een van de thema's. Van deze 50 mensen geven 43 (86%) aan een normatief kader te hebben met meerdere richtlijnen.

Van de deelnemers die formele richtlijnen/een normatief kader hebben heeft de meerderheid gehoord van de OESO-richtlijnen. Echter ook deelnemers die niet bekend zijn met de OESO-richtlijnen geven aan wel formele richtlijnen/een normatief kader te hebben.

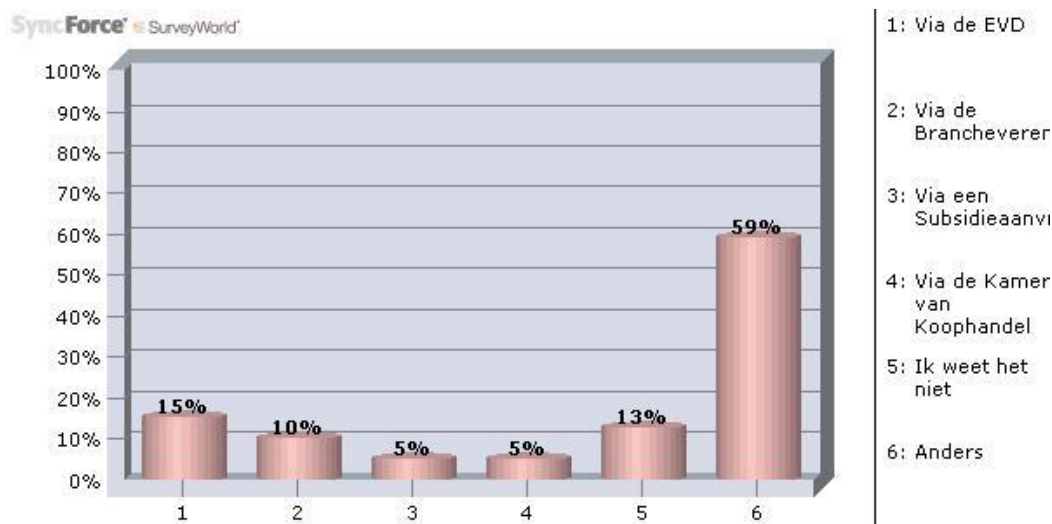
De reden dat wij de vraag omtrent het al dan niet hebben van een normatief kader gesteld hebben is dat tijdens eerder onderzoek veelvuldig is aangegeven dat vaak door een juridische afdeling of anderszins een code of conduct opgesteld wordt, die gebaseerd is op de OESO-richtlijnen. Deze wordt verspreid zonder dat expliciet aan de OESO-richtlijnen gerefereerd wordt. Zo kan het dat medewerkers voldoen aan de OESO-richtlijnen zonder dat zij zich hier van bewust zijn. Door te toetsen of zij bekend zijn met de in de richtlijnen benoemde thema's krijg je zicht op of wel actie op de richtlijnen genomen wordt. Ook in dit onderzoek wordt die eerdere bevinding bevestigd. Hiermee wordt een signaal afgegeven ten bate van de communicatie waar we in de conclusies op terugkomen.

In eerder onderzoek werd door de respondenten de vraag gesteld wat het doel is van het ministerie van Economische Zaken of het NCP; 'dat bedrijven bekend zijn met de OESO-richtlijnen of dat zij Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen'. Men veronderstelde het laatste.

Zoals blijkt in hoofdstuk 2 is ook deze keer die vraag meerdere malen door de deelnemers gesteld. Respondenten aan de interviews geven aan communicatie over de OESO-richtlijnen en het NCP an sich irrelevant te vinden.

3.3.4 Kennisbron

Bedrijven is gevraagd op welke wijze zij met de OESO-richtlijnen in aanraking gekomen zijn. De volgende antwoorden werden gegeven.



Vraag 2. Indien bekend met de OESO-richtlijnen, op welke wijze bent u ermee in aanraking gekomen?

- 1 = via de EVD
- 2 = via de Branchevereniging
- 3 = via een Subsidieaanvraag
- 4 = via de Kamer van Koophandel
- 5 = ik weet het niet
- 6 = anders

De antwoorden zijn sterk gespreid. Van de genoemde instanties is de EVD het vaakst genoemd (6), als je in aanmerking neemt dat veel van de buitenlandsubsidies door de EVD uitgevoerd worden zou je de 2 mensen die aangeven via de buitenlandsubsidie met de OESO-richtlijnen in aanraking gekomen te zijn hier bij op kunnen tellen.

In de categorie 'anders' worden 'internet' en 'via het moederbedrijf' ongeveer even vaak genoemd, gevolgd door 'via de vakbeweging'.

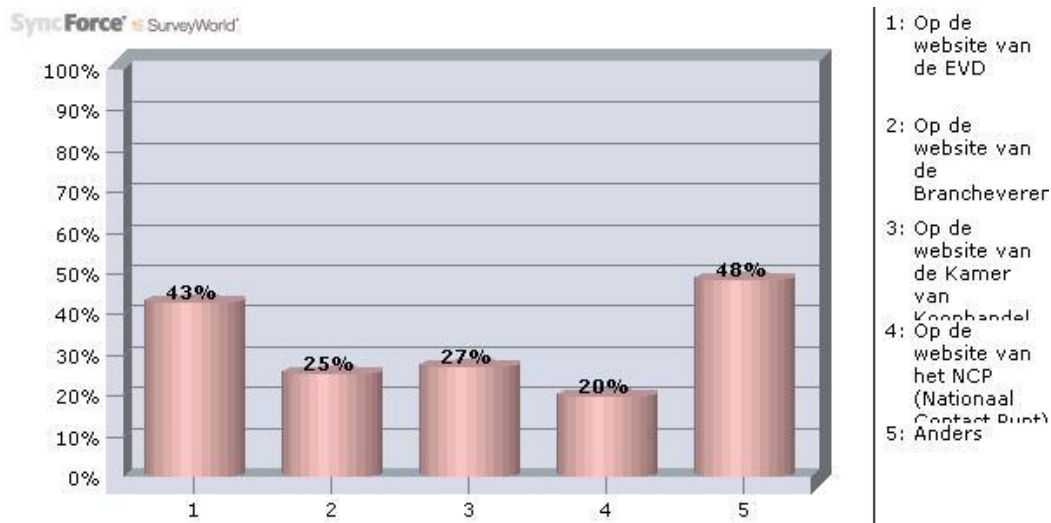
Vier mensen geven aan van de OESO-richtlijnen te hebben gehoord en er via de EVD mee in contact te zijn gekomen. Slechts 2 deelnemers geven aan inhoudelijk bekend te zijn met de OESO-richtlijnen en er via de EVD mee in contact te zijn gekomen.

Op de vraag; 'als ik informatie zoek met betrekking tot internationale handel en MVO zoek ik.....' geeft het merendeel van de respondenten aan dat zij hiervoor de website van de EVD (24) raadplegen. Gevolgd door de site van de Kamer van Koophandel (15), de site van brancheverenigingen (14) en tot slot de site van het NCP (11).

Tien mensen geven aan van de OESO-richtlijnen te hebben gehoord en informatie over internationale handel en maatschappelijk verantwoord ondernemen te zoeken op de website van de EVD. Acht deelnemers geven aan inhoudelijk bekend te zijn met de

OESO-richtlijnen en informatie over internationale handel en maatschappelijk verantwoord ondernemen te zoeken op de website van de EVD.

De neiging via zoektermen in Google een antwoord op een vraag te vinden stijgt. Zo blijkt ook uit de uitkomsten. In de categorie 'anders' geeft het merendeel aan te zoeken 'via Google' gevolgd door 'via MVO Nederland'.



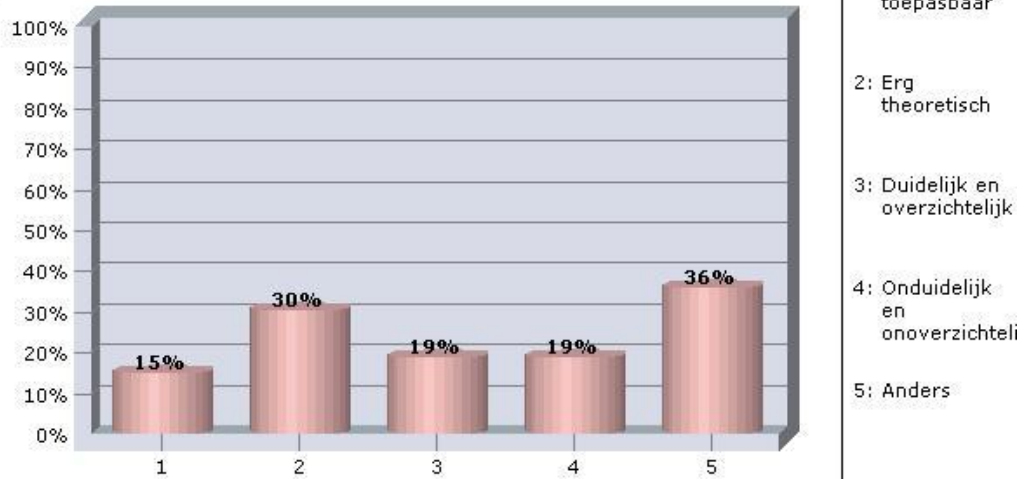
Vraag 4. Als ik informatie zoek/zou gaan zoeken m.b.t. internationale handel en maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) zoek ik (meerdere antwoorden mogelijk)

- 1 = op de website van de EVD
- 2 = op de website van de Branchevereniging
- 4 = op de website van de Kamer van Koophandel
- 4 = op de website van het NCP (Nationaal Contact Punt)
- 5 = anders

3.3.5 Communicatie

In het kader van communicatie zijn twee vragen gesteld. Enerzijds over de inhoud van de informatie over internationale handel en MVO anderzijds tips voor het versterken van de communicatie. Op de eerste vraag geven respondenten aan de informatie erg theoretisch te vinden (30%). Verder wisselen de meningen tussen onduidelijk en duidelijk. De respondenten uit de categorie 'anders' geven over het algemeen aan onbekend te zijn met de OESO-richtlijnen.

SyncForce® SurveyWorld®



Vraag 5. Over het algemeen vind ik de informatie die ik bij de overheid vind over internationale handel en MVO

- 1 = praktisch toepasbaar
- 2 = erg theoretisch
- 3 = duidelijk en overzichtelijk
- 4 = onduidelijk en onoverzichtelijk
- 5 = anders

De tips lopen sterk uiteen. Hieronder volgt een samenvatting van de antwoorden:

Communicatie

- Maak de informatie makkelijk "doorstuurbaar"/te delen met collega's
- Zorg dat de informatie in begrijpelijke taal bekend gemaakt wordt bij de medezeggenschapsorganen
- Produceer korte informatieve items in de digitale MVO nieuwsbrieven
- Zorg voor een direct contact met de brancheverenigingen

Inhoudelijk

- Geef via de brancheverenigingen praktische voorbeelden, best practices en Q&A
- Stimuleer en faciliteer opname van de richtlijnen in inkoopvoorwaarden
- Vertaal de richtlijnen in thema's en deelgebieden
- Faciliteer workshops voor en door bedrijven op onderwerpen betreffende de OESO-richtlijnen

4 Conclusies

1. De lichte stijging van bekendheid van de OESO-richtlijnen lijkt niet te komen door een actieve(re) rol van informatievoorziening vanuit het NCP, noch door het intermediair. Het is niet aan te geven waar deze wel uit voort komt.
2. De kernvraag is welk doel de OESO-richtlijnen dienen. In hoeverre is een push van de OESO-richtlijnen als geheel gewenst? Wat is de toegevoegde waarde van een grotere bekendheid van de OESO-richtlijnen an sich? Uit dit en eerder

onderzoek kan geconcludeerd worden dat de OESO-richtlijnen an sich te complex beschreven zijn voor het MKB.

3. Het intermediair is actief in themagewijze voorlichting over MVO. De bekendheid met het thema bij bedrijven lijkt te groeien. Het intermediair staat open voor een actievere rol als zij hierbij gefaciliteerd worden. Hun kennis is echter gering. Het is primair belangrijk de kennis van het intermediair te vergroten en secundair om hen te ondersteunen bij het overbrengen van die kennis.
4. Het grote aantal bedrijven met een normatief kader suggereert meer actie op MVO. Dit wordt bevestigd in de interviews.
5. De informatievoorziening vanuit de overheid naar intermediair en bedrijfsleven moet meer toegespitst worden op de praktijk.
6. De overheid moet zich afvragen of het NCP de meest geëigende afzender is voor informatievoorziening/communicatie over de OESO-richtlijnen, zowel richting het intermediair als richting het bedrijfsleven.
Het intermediair verwacht een andere zender dan het NCP:
 - a. Van het NCP verwacht men passief, gedegen en makkelijk vindbare informatie
 - b. Van MVO Nederland verwacht men actieve, praktische informatie, verwacht men dialoog en dat zij faciliteren bij het zelf kennis vergaren en overbrengen van de boodschap aan de achterban.
7. Het snel toenemend gebruik van internet als (enige) informatiemiddel betekent dat naast het inrichten van een informatieve website ook veel aandacht moet komen voor de vindbaarheid.

5 Aanbevelingen

1. De basis van de toekomstige aanpak moet gelegd worden door goed afgewogen besluit over het doel van de OESO-richtlijnen en in samenhang daarmee de boodschap richting de bedrijven.
 - a. Is het primaire doel het stimuleren van MVO? Dan moet de boodschap praktischer en themagewijs overgebracht worden. De term OESO-dient dan als paraplu maar niet als drager van de boodschap. De OESO-richtlijnen verbinden de thema's met elkaar. En hebben niet zozeer betekenis bij het aanzetten tot actie. Wel zouden ze een rol kunnen spelen bij het vaststellen van prioriteiten en het afwegen van risico's. Hier zou dan een aanvullend praktisch kader voor ontwikkeld moeten worden.
 - b. Is het primaire doel bekendheid van de OESO-richtlijnen? Dan zal in lijn daarmee gecommuniceerd moeten worden. De term OESO is dan wel de drager van de boodschap.

Good Company raadt aan voor a. te kiezen dit zal gezien de uitkomst van dit en andere onderzoeken een veel beter resultaat opleveren.

2. Communicatie moet plaats vinden vanuit de EVD en/of MVO Nederland. Dit zijn de plekken waar zowel het intermediair (m.n. MVO Nederland) als bedrijven (m.n. EVD) informatie zoeken en van verwachten.
Communicatie in de vorm van overall themagewijze informatievoorziening, in de vorm van praktisch toepasbare tools ('wat moet je waarom doen') maar ook in de vorm van workshops en kennisuitwisselingsbijeenkomsten.
3. Het NCP hoeft met betrekking tot communicatie geen 'gezicht' te hebben. Er moet gezorgd worden dat er goede actuele theoretische en praktische informatie vindbaar is op de website. En er moet gezorgd worden dat de website goed vindbaar is (google en andere zoekmachines moeten geactiveerd worden).

BIJLAGE 1

Organisaties betrokken bij het online survey

Organisaties die e-mailadressen aanleverden

1. MODINT
2. NABU
3. FNLI
4. ABN
5. RND-VGT
6. NEVI
7. VBZ
8. Productschap Tuinbouw
9. KvK
10. FNV
11. VNO-NCW
12. MNO
13. FME/CWM
14. NVS
15. CBW-Mitex
16. Travel Foundation
17. KVNP
18. EVO
19. IRO
20. Eceat

Organisaties die er om uiteenlopende redenen voor kozen niet aan het digitale onderzoek deel te nemen:

1. EVD
2. NRK
3. Productschap MVO
4. The Greenery
5. VVNH Hout
6. CBL
7. Vereniging FIAR
8. VOBN
9. VBW
10. ANVR

BIJLAGE 2

Organisaties betrokken bij telefonische interviews

- EVD; 3 personen
- Brancheorganisaties; 5 personen
 - o MODINT
 - o FNLI
 - o VBZ
 - o Anoniem
 - o Anoniem
- Kamer van Koophandel; 4 personen (waarvan 1 anoniem)

Bijlage 3

Interview verslagen (12 minus 3 die anoniem wilden blijven= 9 verslagen)

Geïnterviewde: Aad Kortekaas

Organisatie: KvK

Inleiding

Eigen bekendheid met OESO richtlijnen beperkt; weet van het bestaan. Heeft weinig inzicht in bekendheid/implementatie bij klanten; krijgt hier geen feedback over. Op eigen website van de KvK is veel voorlichting over Internationale Handel. De redactie is bezig met het verminderen van de grote hoeveelheid (onduidelijke) informatie. Zien hun website als een nationaal landingsproduct.

Informatie vanuit het NCP

- Hij heeft contact gehad met Michiel van Yperen over de inhoud van een brochure m.b.t. Internationale Handel. Deze brochure richt zich niet specifiek op de OESO-richtlijnen.
- De informatie die hij verder heeft van het NCP (het bestaan van de website en richtlijnen) voldeed niet echt aan behoefte.

Doorgeef functie

- Er staat een link op de KvK website naar de website van het NCP. Ook de brochure m.b.t. Internationale Handel wordt doorgegeven aan klanten.
- Op de website van de KvK staat veel informatie over Internationale Handel, die wellicht te onduidelijk is, maar er wordt dus aan gewerkt om deze korter en bondiger te maken.
- MVO wordt in core business van de KvK geïntegreerd voor alle verschillende thema's (zoals starters, exporteurs, overdracht/overname etc). Bij het starterpakket voor import/export gaan zij bijvoorbeeld direct gebruik maken van de OESO-richtlijnen (niet als 'eigen code of conduct'; er is al genoeg verwarring voor ondernemers).
- Tot nu toe is de vraag vanuit klanten naar informatie over de richtlijnen nog beperkt; zij kaarten het onderwerp wel zelf aan als het aan de orde is.
- De KvK onderneemt activiteiten om bedrijven te activeren op het vlak van de OESO-richtlijnen, afhankelijk van de situatie (b.v. om welk bedrijf, welk land of welk product het gaat).

Communicatie in de toekomst

- Tips: keep it simple!; houd een goede format aan bij het aanbieden van informatie
- De KvK is bereid om een actieve rol te spelen om MVO op de kaart te zetten, b.v. door het aanbieden van brochure/folders aan hun klanten en door informatie op de website

Geïnterviewde: Maarten van der Ven (kanttekening, hij heeft geen direct contact met ondernemers)
Organisatie: KvK

Inleiding

De adviseurs van de KvK zien het belang in en handelen met name pro-actief met betrekking tot MVO en de OESO-richtlijnen.

De bewustwording over MVO is erg gestegen. Bedrijven zijn er echt mee bezig. Zij krijgen er veel vragen over.

Informatie vanuit het NCP

- Nieuwsbrief van het NCP wordt intern gebruikt; is zinvol.
- Men ziet het NCP met name als leverancier van informatie.

Doorgeeffunctie

- Binnen de KvK wordt met name veel aandacht besteed aan communicatie naar de medewerkers zodat zij de kennis over kunnen dragen.
- Informatie wordt omgezet voor de ondernemers, hij wordt praktisch en toegankelijk gemaakt. Op de website is een uitgebreide sectie over MVO. Daar staat zijne zeker ook iets over de OESO-richtlijnen.

Communicatie in de toekomst

- MVO an sich is niet sexy, het moet geïntegreerd worden in producten; b.v. een seminar over importeren uit China. Een deel gaat over MVO en dan heel erg concreet en praktisch vertaald.

Geïnterviewde: Wim Schraeverus
Organisatie: KvK

Inleiding

Zelf niet bekend met NCP wel bekend met de OESO richtlijnen. De rijksoverheid propageert MVO, de KvK dus ook. De EVD en het ministerie van EZ hebben een export bevorderend programma: Prepare 2 Start, waar een MVO aspect in zit. De KvK is hier de hoofduitvoerder van. In dit kader is een aantal jaar geleden door de KvK Utrecht een MVO Cd-rom gemaakt met o.a. de OESO richtlijnen en MVO uitgelegd in Jip en Janneke taal, want worden vaak veel te onduidelijk beschreven. Kent Michiel van Yperen (maar dacht dat die bij MVO Nederland zit- want dit zit in zijn pand in Utrecht) die spreekt op landen bijeenkomsten over MVO voor ondernemers. Meeste klanten (vooral kleine bedrijven) zijn nog steeds erg onwetend over wat MVO is, en denken dat het voor hen geen rol speelt. Daar wordt dan actief achter aan gegaan om hen te wijzen op wat MVO inhoudt en hen ideeën te geven hier wat mee te doen. Klanten zeggen soms dat ze de richtlijnen implementeren, maar is verder onduidelijk. MVO is niet core business: er wordt niet op gecontroleerd, wel gepropageerd. Kleine bedrijven hanteren vaak een (onbewuste) eigen interpretatie van de richtlijnen.

Informatie vanuit het NCP

- Kent het NCP niet, maar hebben veel contact met en sturen (weinig) geïnteresseerde klanten door naar MVO Nederland; daar krijgt de KvK Utrecht een nieuwsbrief van.

Doorgeef functie

- De KvK Utrecht geeft informatie vanuit MVO Nederland in gesprekken door als zij klanten als potentiële deelnemers van het Prepare 2 Start programma inschatten. Verder geven zij vaak de Cd-rom van henzelf
- Vinden dat zij niet de juiste instantie zijn om voor te lichten, dus stuurt door naar MVO Nederland (als er al vraag is- hoewel er tegenwoordig ook veel wordt gezocht op Google)
- Een van de 3 hoofdtaken van KvK is voorlichting voor starters etc., maar niet per definitie voor MVO; ze hebben wel doorklik link op website naar MVO Nederland
- Bij landen bijeenkomsten (vooral over 'dubieuze landen') wordt de Cd-rom ook meegenomen en komt Michiel van Yperen spreken over relevante MVO aspecten
- Idee om een A4tje uit te delen bij deze bijeenkomsten met (relevante) OESO richtlijnen in hele duidelijke toepasbare taal

Communicatie in de toekomst

- Tips: gebruik de Cd-rom (wordt beschikbaar gesteld vanuit de KvK Utrecht); uitdelen A4tje bij landen bijeenkomsten; toolkits voor specifieke landen op de website (met link op KvK website)
- Is bereid deze middelen actief aan de man te brengen

Geïnterviewde: Esther Wielzen
Organisatie: EVD/AgentschapNL

Inleiding

De OESO-richtlijnen worden in de buitenlandprogramma's als eis gesteld. Bedrijven moeten in tegenstelling tot een aantal jaar geleden wel prestaties op de OESO-onderwerpen geven; alleen aanstrepen dat je ze kent is niet meer voldoende. Het aantal eisen dat gesteld wordt, verschilt wel per programma.

Vanuit EZ heeft de EVD de opdracht om in alle relevante contacten MVO aan de orde te brengen. Hier zit overlap met de OESO-richtlijnen. Denk hierbij aan voorlichting bij de handelsmissies.

Ondernemers stellen niet echt actief vragen onder de noemer: OESO-richtlijnen of MVO. Wel over specifieke onderwerpen. Bedrijven zien sommige onderwerpen zoals milieu en corruptie echt als issue. Dat blijkt o.a. uit het aantal vragen wat er over gesteld wordt. De overige onderwerpen komen in wisselende mate terug.

Het bovenstaande is een overall beeld, het is niet gebaseerd op registratie.

MVO an sich is een steeds bekender onderwerp, zij het als containerbegrip. Als je bedrijven op deelonderwerpen vraagt naar hun visie en actie op de onderwerpen blijkt dat ze vaak meer doen dan ze beseffen. Vaak realiseren ze zich niet dat het onder de noemer MVO valt.

Informatie vanuit het NCP

- Er is veelvuldig en goed contact met Michiel van Yperen. Er is veel samengewerkt en er is o.a. een training geweest voor de EVD.
- De praktijkvoorbeelden zijn goed en praktisch
- De MVO navigator geeft snel overzicht per thema/land/sector. Het biedt een goed handvat voor praktische vertaling (dit laatste moet de gebruiker wel zelf doen).

Doorgeeffunctie

- De informatie die door het NCP verstrekt wordt, wordt intern binnen de EVD verspreid. Het is vervolgens aan de landenmedewerkers om de verkregen informatie toe te passen.
- De praktijkvoorbeelden zijn geïntegreerd in de website van de EVD. Op de website is ook een doorklik naar het NCP geplaatst.
- De bedrijven maken gebruik van de website www.internationaalondernemen.nl Op deze site staat een MVO dossier (met onder andere de landentoolkits waarin verwezen wordt naar de OESO-richtlijnen). De EVD kan monitoren hoeveel mensen naar het MVO dossier gaan. Informatie is tijdens het interview niet voorhanden.
- In de (digitale) handleidingen voor de subsidieprogramma's staat informatie over de OESO, met daarbij een doorklik naar de site van het NCP.

Communicatie in de toekomst

- De beste manier om bedrijven in te lichten is toch de persoonlijke weg, ondersteund door websites en publicaties. Denk aan:
 - o Het NCP zou nog sterker samen kunnen werken door bijvoorbeeld een structureel overleg te faciliteren tussen intermediaire organisaties. Dit platform is er nog niet. Het zou kunnen dienen om voorlichting te geven en ideeën uit te wisselen.
 - o Het NCP zou vaker aan kunnen sluiten bij programma's van intermediairs. Denk aan hun voorlichtingsprogramma's. Een voorbeeld hiervan is de spreekdag Oost Europa waar Michiel van Yperen optreedt als spreker in een workshop.

Samenvattend

- De OESO-richtlijnen en MVO staan sterk op de agenda van de EVD. Zij zijn actief in voorlichting.
- Er is een kans voor het NCP in persoonlijke voorlichting van het intermediair.

Geïnterviewde: Michel Ridder

Organisatie: EVD

Inleiding

Michel is werkzaam bij PSI. Binnen dit programma zijn heel specifiek de OESO-thema's opgenomen in contracten. Er is een check in het voortraject en in de uitvoering. Bedrijven vinden de MVO issues belangrijk, het algemeen bewustzijn hierover is duidelijk toegenomen. De KvK heeft veel verweer geleverd om de Kamermoties (kinderarbeid en dwangarbeid) hanteerbaar te houden. Het bleek dat bedrijven hier minder fel in waren.

Alle bedrijven die gebruik maken van de buitenlandinstrumentaria moeten tekenen dat ze actief zijn op de OESO-richtlijnen. Niet alle thema's staan even scherp op het netvlies. Milieu wisselt bijvoorbeeld heel erg sterk.

Bedrijven geven aan dat de markt eisen aan hen stelt, de ketenwerking is toegenomen.

Informatie vanuit het NCP

- De EVD maakt gebruik van informatie vanuit MVO Nederland (Michiel wordt gezien als werknemer van MVO Nederland) en niet specifiek vanuit het NCP. Mensen zoeken ook bij MVO Nederland en niet bij het NCP. Bekendheid van die naam is irrelevant.
- De EVD medewerkers hebben twee maal een training gehad. Dit hebben ze gevraagd aan MVO Nederland (Bernadien Bos), hij is gegeven door Michiel. De trainingen waren zeer nuttig en waren ook erg goed opgebouwd; eerst algemene informatie en toen toegespitst op specifieke wensen.
- Er is voldoende informatie voor handen (hebben ook gebruik gemaakt van Aim for Human Rights); wat betreft milieu zou de informatie sterker kunnen.
- De lijst met certificeringmogelijkheden die Michiel gemaakt heeft is niet praktisch toepasbaar, aldus geïnterviewde. Hij gaat niet genoeg de diepte in.

Doorgeef functie

- De informatie zit al op alle mogelijke manieren verwerkt in het financieringstraject en als voorlichting op de website.
- De naam OESO-richtlijnen wordt alleen gebruikt in formele documenten, verder richten zij de informatie in naar specifieke thema's die zij praktisch vertalen. Denk bijvoorbeeld aan het benoemen wat in een contract van een medewerker moet staan.
- De bedrijven vragen zelf niet echt om informatie. De EVD reikt het wel actief aan. Zij bouwen het op een natuurlijke manier in de programma's in. Vaak zonder MVO te noemen.

Communicatie in de toekomst

- De EVD laat een raamwerk ontwikkelen om goed vast te kunnen stellen hoe een bedrijf ervoor staat met betrekking tot MVO, wellicht aanknopingspunt om zaken praktischer te maken. Doen ze op basis van IFC norm.
- Alle praktische documenten helpen.

- Vindbaarheid van de site zou verbeterd moeten worden. Als je googled kom je er niet terecht.

Geïnterviewde: Roland Vallentin
Organisatie: EVD/AgentschapNL

Inleiding

Ondernemers zien met name het thema kinderarbeid en corruptie als een issue. Ook houdt bijna iedereen zich wel bezig met milieu en arbeidsomstandigheden. De overige thema's worden als minder relevant beschouwd. De OESO-richtlijnen an sich zegt ondernemers niks, de term is niet relevant aldus respondent. De term MVO zegt tegenwoordig veel meer.

Ketenverantwoordelijkheid vindt men lastig, maar in toenemende mate belangrijk. Voor sommige sectoren is het makkelijker om hier actief op te zijn dan voor anderen aldus respondent.

Informatie vanuit het NCP

- Roland geeft aan dat hij heel erg blij is met de gepopulariseerde OESO-richtlijnen die veel toegankelijker zijn voor ondernemers dan de reguliere.
- Recent heeft Michiel van Yperen op de vernieuwde website gewezen, verder hebben ze recent geen extra informatie ontvangen.

Doorgeeffunctie

- In de landtoolkits staat in iedere toolkit een doorklik naar de OESO-richtlijnen.

Communicatie in de toekomst

- Er is altijd behoefte aan praktische tips en tools, wellicht zijn die ook in het buitenland voorhanden.
- Het onderwerp MVO zou nog meer aan de orde gesteld moeten worden bij evenementen, seminars, handelsmissies.
- Bij de EVD is MVO integraal onderdeel van communicatie hier kan men op inhaken. De verbinding tussen de OESO-richtlijnen en MVO is er niet, noch in begrip, noch in beeld.
- De toegankelijkheid van de informatie kan verbeterd worden. Ondernemers gaan niet zoeken op MVO of OESO. Wel op praktische termen. Maak het concreet en aantrekkelijk.

Geïnterviewde: Aukje Berden
Organisatie: FNLI

Inleiding

De OESO-richtlijnen an sich zijn niet geheel bekend; De leden pakken MVO onderwerpen, en specifiek corruptie en armoedebestrijding, op omdat ze dit intrinsiek belangrijk vinden en niet vanuit het bestaan van de richtlijnen. Het is goed dat de richtlijnen er zijn, het is een goed referentiekader, ze zijn echter niet zichtbaar genoeg.

Er zou ook meer samenhang zichtbaar moeten zijn tussen verschillende richtlijnen en er zou meer aandacht moeten zijn voor praktische toepasbaarheid. Als voorbeeld wordt verslaglegging de transparantiebenchmark genoemd. De leden van het FNLI zijn heel actief maar scoren laag omdat ze niet rapporteren volgens de afgesproken richtlijnen. Dat is demotiverend.

Het SER actieplan wordt genoemd als een breed geaccepteerd kader. Hier zouden, zo wordt gezegd, alle andere kaders en toetsen onder gehangen moeten worden.

Informatie vanuit het NCP

- Ze hebben zelf het NCP benaderd om contact te leggen en voor informatie.

Doorgeef functie

- Het FNLI geeft de leden informatie over de afzonderlijke onderwerpen. Denk bijvoorbeeld aan ketenverantwoordelijkheid. Zij hebben hier een advies over geschreven richting de leden en ondersteund bij de uitvoering. De leden stellen actief vragen over dit onderwerp, mede door het maatschappelijk debat en de vragen die de consument stelt.

Communicatie in de toekomst

- Sterkere voorlichting naar de brancheverenigingen hoe zij aan de leden over de OESO-richtlijnen kunnen communiceren; Hierbij is het key om de OESO-richtlijnen door te vertalen naar een heel praktisch stappenplan. Daar zijn de brancheorganisaties mee geholpen.
- Voor het NCP kan een belangrijke rol weggelegd worden in het bijeenbrengen van brancheorganisaties in het kader van voorlichting en kennisuitwisseling (o.a. met NGO's) en het maken van een praktische vertaalslag van de richtlijnen.
- EZ moet sterker de dialoog opzoeken, zich sterker profileren en actiever zijn. Zij moet bijeenkomsten organiseren voor brancheorganisaties, voorlichtingsbijeenkomsten, samen met het NCP. Het bedrijfsleven zou hierin als partner meegenomen moeten worden; Insteek moet zijn vanuit samenwerking, ruimte opzoeken voor het maatschappelijk debat.
- Je gaat niet zomaar naar de site van de NCP. Maak de OESO-richtlijnen zichtbaar door te melden wat het zijn en hoe ze praktisch toepasbaar zijn.
- Maar zorg vooral voor samenhang tussen alle initiatieven: SER; MVO Nederland; NCP; OESO etc. Hang de OESO-richtlijnen zo op in een groter geheel. Maak hierin ook duidelijk wat de transparantiebenchmark is en dat het in deze functioneert als afrekenmechanisme.
- Eventueel zouden maatschappelijke organisaties betrokken kunnen worden. Hierbij zou getoond moeten worden wat hun visie is op omgang met de richtlijnen.

Geïnterviewde: Boukje van der Pant
Organisatie: VBZ (bakkerij en zoetwaren)

Inleiding

Leden van VBZ bestaan voor 90% uit MKB en 10 % uit groot bedrijf; bij de laatste zijn de OESO-richtlijnen wel bekend en zij zijn al actief. Het MKB is bekend met de inhoudelijke onderwerpen van de OESO-richtlijnen, maar minder bekend met de naam. Hetzelfde geldt overigens voor de term MVO. Dit spreekt het MKB niet aan, het is te abstract. Hun focus ligt op ondernemen. Zij zijn geïnteresseerd in specifieke onderwerpen daar waar het behoort tot goed ondernemerschap, het kosten bespaart en/of er wet en regelgeving in aankomst is. Voor die onderwerpen zijn zij op zoek naar concrete en praktisch toepasbare informatie.

Informatievoorziening vanuit het NCP

- Zij hebben (voldoende) informatie doorgestuurd gekregen vanuit het NCP; zij worden via het NCP op de hoogte gehouden van de ontwikkelingen. Ze ontvangen zo nu en dan nieuwe informatie.

Doorgeef functie (rol in het doorvertalen en verspreiden van de informatie naar de leden)

- De leden besteden zelf al aandacht aan een aantal onderwerpen.
- De brancheorganisatie is bezig met het opzetten van hun aanpak van MVO, zij zijn bezig met de ontwikkeling van duurzaamheidscriteria. Zij willen aan hun leden het goede voorbeeld geven en hen actief ondersteunen. Dit zullen ze via een thematische aanpak doen, dus niet het benoemen van MVO maar het benoemen van subonderwerpen. Deze overlappen deels met de onderwerpen uit de OESO-richtlijnen.
- Met betrekking tot bijvoorbeeld corruptie is een code ontwikkeld voor de sector. Men vindt een beetje informatie over het thema op de website van de VBZ.
- Op hun eigen website beperken ze zich tot korte informatie over MVO. Zij moeten effectief met middelen en tijd omgaan. Ze maken links naar andere informatieve websites, welke door die partijen ook up to date worden gehouden. Een link naar de website van het NCP staat er nog niet op. Het is wel een goed idee.
- Leden zijn op zoek naar praktische info, en willen goede voorbeelden.
- Leden spreken onderling niet veel over MVO/duurzaamheid. Ook in het kader van concurrentie; zij zien het (nog) als mogelijke USP, dat deel je niet met concurrenten.

Communicatie in de toekomst

- Willen ontwikkelingen volgen en actieve rol spelen bij communicatie NCP.
- Tips in dat kader is om standaard teksten/communicatie voor een branche organisatie te maken om hen daarmee te faciliteren bij het doorgeven van informatie aan de leden. De tekst moet geschikt zijn voor internet; b.v. een korte intro met een link naar de website waar diepgaande informatie staat zoals de site van het NCP.

Geïnterviewde: Jef Wintermans
Organisatie: MODINT

Inleiding

Voor de leden zijn een aantal issues belangrijk. Zij worden door NGO's geconfronteerd met ketenproblemen in textiel en kledingproductie.

De OECD richt zich met name op multinationale bedrijven, veel van de leden van MODINT zijn MKB, die voelen zich niet aangesproken als ze een schrijven krijgen aan ...'uw afdeling juridische zaken'.

MODINT heeft een eigen adviesbureau. Deze ondersteunt de leden met het vaststellen van een kader voor MVO. Het is voor hen niet belangrijk welk kader de leden kiezen. Het aantal vragen van de leden over MVO gerelateerde onderwerpen groeit de laatste 3 jaar gestaag. De bezorgde burger/consument stelt vragen aan de leden die deze weer neerleggen bij MODINT. De vragen worden steeds concreter.

Informatie vanuit het NCP

- De informatievoorziening is voldoende.
- De aard van het NCP is reactief. Hun rol moet zijn dat het beschikbaar is als je het zoekt. Het NCP hoeft niet boven het maaiveld uit te komen. Het zou eerder contraproductief werken als ze dat wel zouden doen.
- Heel soms is de vraag of het NCP een actievere rol zou moeten spelen. Moet zij soms wel zorgen dat iets rondgestuurd wordt op het moment dat het 'klaar' is? Vanuit de overkill aan informatie is dat een worsteling. Toch beter om de reactieve rol aan te houden richting brancheverenigingen.

Doorgeef functie

- De OESO-richtlijnen behoren tot de documentatie die MODINT gebruikt om haar leden te adviseren.
- MVO Nederland werkt samen met brancheorganisaties aan een handleiding 2.0 die de ondernemers door het speelveld van MVO leidt. Michiel van Yperen is hier trekker van. Zij reageren hier inhoudelijk op. Zij attenderen de leden dat iets dergelijks bestaat, zetten een link op hun website als die er is.
- Ze hebben een werkgroep MVO en duurzaamheid. Bij die werkgroep toetsen ze regelmatig de visie van MODINT op MVO bij de leden.

Communicatie in de toekomst

- De overheid (en het NCP als onderdeel daarvan) zou wel meer rumoer/overall communicatie kunnen creëren om bedrijven 'wakker te maken'. De maatschappelijke druk is nog relatief beperkt en vriendelijk, die zou wel opgehoogd kunnen worden door het genoemde rumoer.
- Belangrijk is dat het NCP bij een casus feedback geeft aan alle betrokkenen. Het is teleurstellend en niet bemoedigend om vaker bij te dragen als dit niet gebeurt, als er geen debriefing is.

Bijlage 4 Leidraad voor de telefonische interviews

Leidraad interview communicatietaak NCP, maart 2010

Het doel van het onderzoek is om

- 1 het effect van de voorlichting die plaats heeft gevonden van 2007-2010 te toetsen. Dit wordt gemeten aan
 - a. de mate van bekendheid van de OESO richtlijnen bij bedrijven (uitgedrukt in verhouding tot 2006);
 - b. de borging van de informatievoorziening bij het intermediair
- 2 input te krijgen voor de promotionele plannen vanaf zomer 2010. Inzicht voor de wijze van communicatie (vorm, middelen, boodschap etc.) die bekendheid en gebruik/toepassing van de OESO richtlijnen nog verder kan versterken;

Inleiding

1. Ervaren de leden/klanten de in de OESO-richtlijnen opgenomen onderwerpen als issue?
2. Zijn leden/klanten actief op het vlak van implementatie; apart of als onderdeel van overige richtlijnen (inkoop, code of conduct oid)?

Informatie vanuit het NCP

3. Welke informatie over de OESO-richtlijnen en toepassing daarvan heeft u, in welke vorm van het NCP gekregen?
4. Voldeed dat aan uw behoeften?

Doorgeef functie

5. Op welke manier heeft u iets met de informatie kunnen doen/gaat u nog iets met de informatie doen?
6. Hoe kunnen de leden aan de informatie komen/ is het openbaar voor de leden?
7. Vragen de leden/klanten actief naar informatie/kunt u zien hoe vaak zij gebruik maken van de openbare informatie?
8. Onderneemt uw organisatie activiteiten om bedrijven te activeren op het vlak van de OESO-richtlijnen?
9. Monitoort u het gebruik/de inzet?

Communicatie in de toekomst

10. Heeft u tips voor het NCP voor toekomstige communicatie
 - a. Hoe kunnen zij de OESO-richtlijnen beter bekend maken?
 - b. Zou u daar een actieve rol in kunnen/willen spelen, zo ja hoe kunnen zij u daarbij faciliteren?

Bijlage 5

Vragenlijst online survey

Vragen:

1) Bent u bekend met de OESO-richtlijnen voor mutinationale ondernemingen?

- a. Ja, ik heb er van gehoord
- b. Ja, ik ben er inhoudelijk mee bekend
- c. Nee

2) Indien bekend met de OESO-richtlijnen, op welke wijze bent u ermee in aanraking gekomen?

- a) Via de branchevereniging
- b) Via de Kamer van Koophandel
- c) Via de EVD
- d) Via een subsidieaanvraag
- e) Weet niet
- f) Anders n.l.

3) Ik heb voor mijn bedrijf formele richtlijnen/een normatief kader met betrekking tot (meerdere antwoorden mogelijk):

- a. Mensenrechten
- b. Informatieverstrekking/transparantie
- c. Arbeidsrechten
- d. Milieu
- e. Corruptie
- f. Mededinging
- g. Andere onderwerpen n.l.

4) Als ik informatie zoek/zou gaan zoeken m.b.t. internationale handel en maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) zoek ik (meerdere antwoorden mogelijk)

- a. Op de website van de Kamer van Koophandel
- b. Op de website van de EVD
- c. Op de website van de branchevereniging
- d. Op de website van het NCP (Nationaal Contact Punt)
- e. Anders, n.l.

5) Over het algemeen vind ik de informatie die ik bij de overheid vind over internationale handel en MVO

- a. Praktisch toepasbaar
- b. Erg theoretisch
- c. Duidelijk en overzichtelijk
- d. Onduidelijk en onoverzichtelijk
- e. Anders, n.l.

6) Heeft u 1 tip voor communicatie over de OESO-richtlijnen die ze voor u praktisch(er) toepasbaar maken?

- a. N.l.