

Notitie FNLI

FNLI Visie op MVO en Duurzaamheid

door | Marco Kreuger

datum | 20 juni 2008

Levensmiddelenindustrie, MVO en Duurzaamheid

Momenteel wordt zowel door de overheid als door het bedrijfsleven veel aandacht besteed aan duurzaamheid. De rijksoverheid wil in 2010 al haar aankopen duurzaam laten zijn en ook de Europese Commissie wil met haar Sustainable Production and Consumption (SCP) Action Plan de duurzame productie en consumptie van voedingsmiddelen en flinke impuls geven. Hoewel iedereen druk met het onderwerp bezig is, is het moeilijk te definiëren wat precies onder duurzaamheid moet worden verstaan en hoe dit begrip zich verhoudt ten opzichte van het bredere begrip van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO).

MVO als ethisch ondernemen

Maatschappelijk verantwoord ondernemen is in wezen ethisch ondernemen. Het wil zeggen dat een onderneming zich niet uitsluitend laat leiden door een winstoogmerk, maar in haar handelen tevens een morele afweging maakt. Dit is dus iets anders dan politiek correct ondernemen, waarbij de onderneming slechts naar de pijpen danst van de laatste politieke mode. Het gaat erom dat de ondernemer zelf een eigen afweging maakt tussen wat moreel verantwoord is en wat niet.

In de ethiek bestaan globaal drie verschillende theoretische stromingen:

- Plichtethiek, dat handelingen beoordeelt naar de aard van de handelingen zelf;
- Resultatenethiek, dat handelingen beoordeelt naar de resultaten van deze handelingen;
- Deugdenethiek, dat handelingen beoordeelt naar de aard van degene die ze verricht.

Plichtethiek

De plichtethiek, met als belangrijkste grondlegger Immanuel Kant, stelt dat een bedrijf goed handelt, wanneer het moreel juist handelt, d.w.z. conform een (rationele) plicht of norm. Het uitgangspunt is dat men moet handelen, zoals men zou willen dat iedereen zou handelen: "wat gij niet wilt dat u geschiedt, doe dat ook een ander niet". Op basis hiervan kunnen bepaalde universele normen worden bepaald, waarvan iedereen zou willen dat ze in universeel geldig zijn. Dit kunnen bijvoorbeeld normen zijn als "geen kinderarbeid", "geen slavernij" en andere zaken die vervat zijn in de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens. Een voordeel van plichtethiek is dat het appelleert aan universele normen en daarmee een duidelijk handelingskader biedt. Een nadeel is echter dat plichtethiek een vrij rigide benadering is, omdat zij geen rekening houdt met de specifieke context waarin bedrijven operen. Met name de levensmiddelenindustrie heeft te maken met uiterst complexe ketens, waar men niet zo gemakkelijk harde normen op kan toepassen. Enig pragmatisme is zo nu en dan op zijn plaats.

Resultatenethiek

Resultatenethiek beoordeelt handelingen louter naar de consequenties ervan. Zijn de consequenties goed, dan is de handeling goed en omgekeerd. Wat goed is wordt over het algemeen gedefinieerd in termen van maximalisatie van waarde en/of geluk. Jeremy Bentham kan worden gezien als belangrijkste grondlegger van deze theorie, die ook zijn weerslag lijkt te vinden in de zogenaamde Triple P benadering van duurzaamheid: het maximaliseren van waarde in drie dimensies: People, Planet en Profit. Een voordeel van deze benadering is dat zij bedrijven vraagt om het maken van een belangenafweging. Een nadeel is echter dat dit in beginsel zou kunnen leiden tot het opofferen van de belangen van een minderheid aan de belangen van de meerderheid. De wensen en belangen van de samenleving als geheel zijn zo groot dat de belangen van de onderneming hier zelden tegenop zullen wegen. Bedrijven worden dan al snel geacht in de eerste plaats het welzijn van de samenleving na te streven, in plaats van haar primaire belang: waarde voor de aandeelhouders. Voor zover al deze belangen hand in hand gaan (de veronderstelling van Triple P benadering) is er geen probleem, maar de praktijk leert dat dit lang niet altijd het geval zal zijn, zeker niet op de korte termijn.

Deugdenethiek

Aristoteles kan gezien worden als de grondlegger van de deugdenethiek, die vooral focust op de aard van het bedrijf. De handelingen van de ondernemer en de consequenties van deze handelingen zijn niet zozeer relevant, maar of de ondernemer op zichzelf 'goed' is, d.w.z. beschikt over een deugdzaam karakter. Het gaat er in dit geval om dat de ondernemer zich bepaalde karaktereigenschappen aanmeent en zich een bepaalde grondhouding eigen maakt, die als deugdzaam kan worden beschouwd. Bijvoorbeeld voorzichtigheid, gematigdheid, rechtvaardigheid, moed, etc. Deugdenethiek kijkt naar de ziel van de ondernemer, maar geeft geen concreet antwoord op de vraag hoe een ondernemer zou moeten handelen in specifieke situaties. Dat maakt deze benadering moeilijk toepasbaar.

FNLI Visie op Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen

Feit is dat ieder levensmiddelenbedrijf in de praktijk door de overheid en maatschappelijke organisaties op basis van alle drie de ethische stromingen wordt afgerekend of op basis van een combinatie hiervan. Alle drie de stromingen appelleren aan een bepaalde morele intuïtie en de FNLI is dan ook van mening dat deze benaderingen niet noodzakelijk tegenover elkaar staan, maar elkaar kunnen aanvullen. Enerzijds zal de industrie moeten erkennen dat er bepaalde fundamentele normen zijn waar men zich (en haar zakenpartners) in alle gevallen aan zal moeten houden, zoals het respecteren van de mensenrechten (plichtethiek). Anderzijds heeft het zich louter houden aan bepaalde regels en gedragscodes op zichzelf weinig waarde wanneer dit in de praktijk zou leiden tot ongewenste consequenties of het uitblijven van concrete verbeteringen. De industrie zal dus ook verantwoording moeten afleggen voor de consequenties van haar handelen op haar omgeving (milieu, mensen) en goede intenties zouden uiteindelijk ook vertaald moeten worden in goede resultaten (resultatenethiek). Tot slot heeft het echter nog steeds weinig zin wanneer een bedrijf weliswaar een gedragscode heeft en bepaalde resultaten boekt, maar het dit eigenlijk alleen doet uit

angst voor dwingende wetgeving of reputatieschade. Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen krijgt pas echt betekenis wanneer een bedrijf uit zichzelf de morele keuze maakt om bepaalde dingen wel of niet te doen en daarbij een juiste grondhouding kiest door in al haar processen te streven naar een balans tussen de verschillende belangen (deugdenethiek). Dit leidt tot de volgende definitie:

MVO is een ethische grondhouding die een bedrijf zich eigen heeft gemaakt, waarbij het handelen is gericht op het vinden van een balans tussen de belangen van het bedrijf en de belangen van haar stakeholders en waarbij dit volledig is geïntegreerd in al zijn bedrijfsprocessen.

Deze visie heeft een aantal praktische implicaties. In de eerste plaats is duidelijk dat het bedrijf hierin centraal staat en niet zozeer de producten die dit bedrijf produceert. In de tweede plaats ligt de focus in deze benadering niet alleen op het (corporate) beleid en de resultaten die een bedrijf boekt, maar vooral ook op de wijze waarop dit tot uiting komt en geïntegreerd is in de interne bedrijfs- en productieprocessen. Tot slot is duidelijk dat een benadering van MVO als ethisch ondernemen impliceert dat sprake is van vrijwilligheid. Alleen wanneer handelingsvrijheid bestaat kan immers sprake zijn van een eigen ethische afweging. Overal waar wetgeving wordt geïntroduceerd, verdwijnt automatisch de ruimte voor maatschappelijk verantwoord ondernemen.

FNLI Visie op Duurzaamheid

Het begrip duurzaamheid (duurzame ontwikkeling) is voor het eerst geïntroduceerd door de Commissie Brundtland in 1987 in haar rapport "Our Common Future". Hierin wordt duurzame ontwikkeling als volgt gedefinieerd:

Sustainable development is development that meets the need of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.

Duurzaamheid kan een specifieke invulling zijn van maatschappelijk verantwoord ondernemen, maar dat hoeft niet. Onderdelen van duurzame ontwikkeling kunnen ook tot stand komen met behulp van wet- en regelgeving. Hier ligt een essentieel onderscheid met maatschappelijk verantwoord ondernemen, dat per definitie gebaseerd is op vrijwilligheid. Dit betekent ook dat duurzaamheid niet noodzakelijk hoeft voort te komen uit maatschappelijk verantwoord handelen. Een bedrijf kan duurzaam handelen, zonder dat hier een eigen morele afweging aan te grondslag ligt. Een bedrijf kan duurzaam handelen, zonder echt in duurzaamheid te hoeven geloven.

De bovenstaande definitie van duurzaamheid schrijft een algemene gedragsregel voor, die een nadere invulling kan geven aan "het vinden van een balans tussen de belangen van het bedrijf en de verschillende belangen van stakeholders", zoals verwoord in onze definitie van MVO. Bij duurzaamheid gaat het er in de eerste plaats om in de huidige behoeften (die naar tijd en plaats kunnen verschillen) te voorzien en in de tweede plaats om dit te doen met methoden waarbij de mogelijkheden en kansen van toekomstige generaties niet worden geschaad. Omdat over het algemeen nooit geheel aan alle behoeften kan worden voldaan is sprake van duurzame *ontwikkeling* in plaats van

duurzaamheid als zodanig. Deze ontwikkeling is nooit helemaal voltooid, maar uit zich in een continue verbetering van milieuprestaties, welvaart en sociale omstandigheden.

Duurzame producten zijn producten die geproduceerd zijn op een wijze en onder omstandigheden waarbij steeds beter aan maatschappelijke behoeften wordt voldaan, zonder dat afbreuk wordt gedaan aan de mogelijkheden van toekomstige generaties.

Deze benadering van duurzaamheid verhoudt zich in beginsel slecht ten opzichte van een benadering, waarbij gesproken wordt over “duurzame producten”, die aan bepaalde absolute criteria moeten voldoen. Om te bepalen of sprake is van duurzame producten zou in onze visie vooral gekeken moeten worden naar de mate waarin het bedrijf haar bedrijfsprocessen heeft ingericht om een continue verbetering van milieuprestaties en sociale omstandigheden te realiseren. Producten die geproduceerd zijn door een bedrijf dat concreet invulling geeft aan duurzame ontwikkeling zou men “duurzaam” kunnen noemen, maar daarbij ligt de focus uiteindelijk niet zozeer op het product zelf, maar op de activiteiten en processen van het bedrijf dat de producten maakt

Afbakening duurzaamheid

De definitie van duurzaamheid zoals hierboven verwoord is nog steeds erg breed. Omdat gesproken wordt over maatschappelijke behoeften in het algemeen, zijn steeds meer maatschappelijke thema's onder duurzaamheid gaan vallen. Het gevaar is dat het begrip duurzaamheid hierdoor zodanig wordt opgerekt dat het uiteindelijk geen betekenis meer heeft omdat alles er onder valt. Om dit probleem te voorkomen bakent de FNLI het begrip duurzaamheid zodanig af dat dit in beginsel alleen betrekking heeft op de productiewijze (en de maatschappelijke gevolgen daarvan) en niet op het product zelf. Dit betekent concreet dat thema's als milieu, arbeidsomstandigheden en dierenwelzijn hier wel onder vallen, maar thema's als voedselveiligheid en overgewicht niet. Het onderscheid is dat deze laatste thema's specifiek betrekking hebben op het effect van een bepaald product op de mens, waarbij dit product zelf nog steeds al dan niet duurzaam geproduceerd kan zijn. Het is dus prima mogelijk om duurzaam geproduceerde tabak te verkopen, ondanks de schadelijke effecten van tabak op de gezondheid.