

Saxion Kenniscentrum Hospitality

Noaberschap 2.0

Een verkenning naar maatschappelijke betrokkenheid onder stakeholders van de Deventer Kring van Werkgevers

Ingrid van Marwijk

Facility Management

8 juni 2012

Saxion

Kenniscentrum Hospitality

Handelskade 75

7417 DH Deventer

E: kenniscentrumhospitality@saxion.nl

W: www.saxion.nl/hospitality

Copyright © 2012 Saxion. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Kom verder. Saxion.

saxion.nl



1. Introductie

De opdrachtgever van dit thesisproject is het Kenniscentrum Hospitality van Saxion. Vanuit het lectoraat Ethiek en Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen is dit rapport ontstaan uit een opdracht voor de Deventer Kring van Werkgevers.

Maatschappelijk Betrokken Ondernemen (MBO) gaat een steeds grotere rol spelen in het bedrijfsleven. Het feit dat 83% van de Nederlandse consumenten maatschappelijk gedrag verwacht van het bedrijfsleven laat zien dat deze trend aan het doorzetten is. Bedrijven zijn als gevolg hiervan druk doende duidelijk in kaart te brengen hoe zij dit uitvoeren. Ook de leden van de DKW vragen hun belangenvereniging hierin een handvat aan te reiken. Om dit handvat te kunnen bieden wordt de volgende hoofdvraag beantwoord: Hoe kan DKW Maatschappelijk Betrokken Ondernemerschap succesvol opnemen in haar beleid.

2. Theorie

Een onderzoek naar het begrip MBO heeft de volgende definitie voor dit onderzoek opgeleverd: 'Maatschappelijk Betrokken Ondernemen is de vrijwillige inzet van een organisatie met als doel het versterken van de sociale cohesie waarbij de gevolgen niet per se hoeven bij te dragen aan economische prestaties van de organisatie. Omdat betrokkenheid vanuit de mens ontstaat, mag het woord 'ondernemen' in de definitie worden weggelaten, hierdoor ligt de aandacht op de woorden maatschappelijke betrokkenheid. Om helder te kunnen communiceren over MBO zal er gebruik worden gemaakt van filantropische, transactionele en integratieve inzet van mensen, massa, munten, middelen en media zoals in het partnerschapontwikkelingsmodel van Meijs (2005).' Deze definitie gaat uit van het feit dat om MBO succesvol te kunnen opnemen in het DKW beleid de economische prestaties op de achtergrond dienen te liggen. De aandacht gaat nu vooral uit naar het starten van MBO door de leden en ervoor te zorgen dat de leden in actie gaan komen wat betreft MBO activiteiten.

3. Methode

Omdat dit onderzoek als verkenning dient hoe DKW maatschappelijke betrokkenheid kan implementeren in haar beleid en zich richt op ethische bedrijfsvoering is het een moeilijk tastbaar onderwerp. Het houden van interviews is hiervoor het meest geschikt. Door een kwalitatief onderzoek te houden onder stakeholders in de vorm van een interview die semigestructureerd van aard is kan een exploratieve zoektocht naar het beantwoorden van de beleidsvraag plaatsvinden. De stakeholders zijn geselecteerd op saillantie vanuit gesprekken met de opdrachtgever DKW om vervolgens te worden geïdentificeerd op hun claims. Hierbij is gebruik gemaakt van de methode volgens Mitchell, Agle & Wood (1997) die de claims *power*, *urgency* en *legitimacy* onderscheiden bij stakeholders.

Buiten hiervoor besproken methode heeft onderzoeker deelgenomen aan drie bijeenkomsten waarbij aandacht voor MBO in Deventer. Hierbij was sprake van een participatieve observatie waarbij onderzoeker zelf het meetinstrument was.

4. Analyse en bevindingen

De zoektocht naar de beantwoording van deze vraag leidt naar stakeholders: belanghebbenden die iets kunnen zeggen over DKW en MBO en actief zijn op dit gebied in Deventer. Door hen te vragen hoe zij DKW in de huidige situatie en in de gewenste situatie zien met betrekking tot het succesvol uitvoeren van MBO kwam onderzoeker na analyse tot de volgende gegevens:

<i>Huidige situatie</i>	<i>Gewenste situatie</i>
MBO agendazettend	MBO <i>awareness</i> creëren
MBO is niet op te leggen	Leden moeten initiëren
Onduidelijke MBO doelstelling	Doelstellingen concretiseren
Projecten/activiteiten onzichtbaar	Resultaten meten
Betrokken bestuurders	Krachten bundelen

Uit het bijwonen van drie bijeenkomsten viel onderzoeker op dat de aandacht vooral uitgaat naar de noodzaak van het onderbrengen van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Deze vorm kan worden gezien als een wens tot integratie van mensen. Volgens Meijs & Van der Voort (2004) is dit de laatste fase waarop een resource kan worden ingezet in MBO. Een organisatie te vragen om vanuit onbekendheid met MBO over te gaan tot het integreren van mensen kan dan ook gezien worden als een enorm te nemen horde.

5. Conclusies en aanbevelingen

Door onderzoeker zijn, buiten bovengenoemd onderzoek, drie bijeenkomsten bijgewoond die het thema MBO in Deventer hadden. Hier blijkt dat er in Deventer veel partijen op zoek zijn naar manieren om mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt te kunnen plaatsen bij organisaties, waaronder DKW leden. Echter, binnen de DKW zijn steeds meer maatschappelijke organisaties aangesloten die activiteiten en projecten wensen van andere DKW leden. De verdeling tussen vraag en aanbod hierin is niet onderzocht, maar geadviseerd wordt dit in kaart te brengen door het uitvoeren van een nulmeting. Geadviseerd wordt op de volgende drie adviesdelen implementaties uit te voeren:

<i>Adviesdeel</i>	<i>Advies</i>
1. Organisatie DKW	Herdefiniëren van missie en strategie waardoor MBO integraal wordt opgenomen.
2. MBO: Munten	Voortzetten van sponsoring van de beursvloer.
Middelen	Opzetten van een Werkgroep MBO in de vorm van een stakeholderpanel.
Mensen	Mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt staan hoog op de agenda van stakeholders, bij het oprichten van een stakeholderpanel dient hier rekening mee te worden gehouden doordat deze vorm van uitvoering een integratieve manier van MBO is die meer tijd en aandacht vraagt om tot een succesvolle uitvoering te komen.

Massa	Het versterken van bestaande allianties zoals het MBO Schakelpunt/Buro MBO.
Media	Werving van een stakeholderpanel en op korte termijn het uitvoeren en communiceren van een nulmeting.
3. Omgevingsfactor	MBO komt vanuit de mens en de DKW leden horen hierbij projecten te initiëren. Geadviseerd wordt MBO te benaderen zoals in het <i>witdrukdenken</i> van De Caluwé (2006) waarbij ruimte voor evolutie beschikbaar is en verandering tijd kost.