

Wie leest er een milieujaarverslag?

# Rondetafeldiscussie over het wel en wee van een verplichting

Met ingang van 1 januari 2000 zijn 250 Nederlandse bedrijven verplicht jaarlijks een publieksmilieuverlag uit te brengen. Wat er wel of niet in moet staan weet niemand en de vraag is zelfs of het iemand interesseert. De respons op de inmiddels verschenen verslagen is vrijwel nihil. Minstens zo mistig is de doelgroep. Voorlopig lijken met name adviesbureaus goed garen te spinnen bij de wettelijke vereisten. Over de (on)mogelijkheden van het milieuverlag legde ArenA een adviseur, een accountant en een communicatiedeskundige het vuur na aan de schenen.

Verantwoording, visie en beleid. Dat zijn volgens milieu-accountant Eric Leenderts de belangrijkste ingrediënten voor het publieksmilieuverlag (PMV). Communicatiedeskundige Klaas Laansma ziet het wat minder visionair: "Het verslag moet heel sec informeren over wat er is gepresteerd in het afgelopen jaar. Voorop staat dat zwart op wit valt te lezen wat het bedrijf doet op milieugebied."

## Politiek compromis

Opzet, vorm én inhoud van de verslagen vertonen flinke verschillen. Volgens milieu-adviseur Folkert van der Molen komt dit omdat het PMV ontstaan is uit een politiek compromis: "Men wilde wel iets, maar men

deinsde ervoor terug om een en ander in detail vast te leggen. Daarmee is het aan de welwillendheid van de bedrijven zelf overgelaten wat ze er precies in willen zetten. Vandaar dat je nu een grote verscheidenheid ziet aan verslagen." Laansma is het met hem eens: "De wetgeving op dit punt is voornog uitermate vaag. In feite staat er weinig meer dan dat bedrijven een milieuverlag moeten publiceren voor geïnteresseerden. Wie dat dan zijn, blijft in het midden. Het kunnen werknemers zijn, maar ook omwonenden, de overheid, relaties, aandeelhouders."

## Werknemers en omwonenden

Vaagheid over de doelgroep van het PMV



De discussianten: Eric Leenderts (milieu-accountant bij De Zeeuw & De Keizer), Folkert van der Molen (senior-adviseur milieu en duurzaam ondernemen bij DHV) en Klaas Laansma (directeur De Kluut Communicatie en lid VVM-bestuur).



Klaas Laansma: "Het PMV maakt onvoldoende deel uit van het totale communicatiebeleid."

bestaat niet bij de drie deelnemers aan de rondetafeldiscussie. De term 'publieksmilieuverlag' suggereert dat het verslag voor een brede doelgroep bestemd is, maar Van der Molen, Laansma en Leenderts zijn het volstrekt met elkaar eens dat werknemers en omwonenden de hoofddoelgroep vormen. Deze inkadering heeft directe gevolgen voor de vorm van het verslag. Laansma: "Als je wilt dat je verslag door omwonenden wordt gelezen, moet het bondig en leesbaar zijn. Drie tot vier A4-tjes, adviseer ik mijn opdrachtgevers. Mensen zitten niet te wachten op een boekwerk vol getallen en tabellen. Dat zegt ze helemaal niets." Zijn opmerking wordt gestaafd door een onderzoek. Hieruit kwam naar voren dat omwonenden een milieuverlag pas gaan lezen als zij daar nadrukkelijk om worden gevraagd. Blijkbaar vormt het verslag op zichzelf voor hen geen aantrekkelijke lectuur. Slechts in een enkel geval bestaat daar een uitzondering op. Leenderts noemt als voorbeeld het verslag van de firma Fleuren Compost BV: "Dat is huis-aan-huis verspreid in de wijk. Daar zijn veel positieve reacties op



Eric Leenderts: "Het is een illusie om te veronderstellen dat je via een PMV een discussie met de maatschappij op gang kunt brengen."

gekomen. Men waardeerde de openheid." Maar deze ene positieve ervaring betekent volgens de milieu-accountant niet dat een goede verspreiding het ei van Columbus is. "Het is een illusie om te veronderstellen dat je via een PMV een discussie met de maatschappij op gang kunt brengen", aldus Leenderts.

#### Toetsstenen ontbreken

De verslagen die tot nog toe zijn verschenen kunnen de kritiek van de milieubeweging niet doorstaan: te veel op-deborst-klopperij, te weinig harde feiten, luidt het oordeel. Leenderts: "Laten we wel zijn, bedrijven willen graag een mooi verslag uitbrengen, iets waar ze trots op kunnen zijn. En daar is op zich niets op tegen, als ze het maar kunnen waarmaken. Een publieksmilieuverslag zou wat dat betreft kunnen dienen als aanjager voor een intern bewustwordingsproces." Van der Molen voelt met hem mee: "Ik denk inderdaad dat je het verslag niet moet zien als eindproduct. Het heeft vooral waarde voor de interne procesgang. Het maakt duidelijk waar de organisatie staat met milieubeleid." Leenderts: "En het verslag wint aan waarde, als het ook toetsbaar is. Op dit moment kunnen bedrijven alles opschrijven: er is niemand die het controleert." Naarmate de richtlijnen voor een PMV duidelijker worden, moet volgens de milieu-accountant ook de controle worden verscherpt. Laansma gaat

nog een stap verder en vindt dat nog voordat een bedrijf aan een verslag begint er duidelijkheid moet bestaan over toetsstenen: "Cijfermatige criteria, maar ook inhoudelijke en communicatieve. Dan kun je achteraf intern ook toetsen of het beoogde doel is behaald." Van der Molen denkt dat een duidelijk 'format' al heel veel kan helpen, een soort handreiking over wat er in een PMV aan de orde moet komen. Dan wordt onderlinge vergelijking ook mogelijk."

#### Met de billen bloot

Laansma hamert erop dat een PMV meer moet zijn dan een glossy verslag van hoe goed een bedrijf het wel niet doet: "Een goed PMV geeft de dilemma's aan waar een bedrijf zich voor ziet geplaatst, geeft inzicht in de discussie die binnen het bedrijf wordt gevoerd." Een goed voorbeeld hiervan is volgens Leenderts het AZU-verslag. In het kader hiervan zijn twintig mensen geïnterviewd. "Het verslag gaf daardoor niet zozeer het reilen en zeilen van de organisatie weer", aldus de milieu-accountant, "maar de manier waarop de visie van de omgeving overeen kwam met de gang van zaken binnen het bedrijf." Laansma hamert erop dat het PMV kan helpen de taalbarrière tussen onderneming en omgeving te slechten: "Maar dan moet het PMV wel informeren over zaken die de omgeving na aan het hart liggen." Leenderts knikt instemmend: "Een bedrijf dat stank produceert, moet daarover schrijven. In begrijpelijke taal. Emissiecijfers zeggen het publiek helemaal niets. Die willen weten hoe erg het heeft gestonken en of daarin de komende jaren verbetering zal komen."

Bedrijven mogen hun onzekerheid over het instrument best etaleren, vindt Laansma: "Ze moeten niet bang zijn om met de billen bloot te gaan. Ik heb een bedrijf wel eens geadviseerd om gewoon te vermelden dat men eigenlijk nog helemaal niet toe was aan de publicatie van een PMV." Als een bedrijf zich zo opstelt, bestaat er volgens hem meer kans om reacties los te maken. "Maar", benadrukt Laansma, "dan zul je als bedrijf wel eerst de discussie moeten voeren wat het doel is van je PMV en wie je wilt bereiken. Dat gebeurt nu naar mijn overtuiging nog te weinig. Het PMV maakt onvoldoende deel uit van het totale communicatiebeleid."

#### Duurzaamheidsverslag

Sociaal verslag, financieel verslag, milieuverslag: er lijkt zo langzamerhand een wildgroei aan jaarverslagen te ontstaan voor verschillende doelgroepen en doeleinden. Geven die verslagen het gewenste inzicht, of gaat het toch vooral om 'windowdressing'? 'Ik denk dat de losse verslagen, inclusief het PMV, op termijn plaats zullen maken voor een duurzaamheidsverslag, waarin behalve milieuaspecten ook sociale en economische ontwikkelingen worden belicht," aldus Folkert van der Molen. Leenderts voelt met hem mee: "Al die losse verslagen geven een versnipperd beeld. Uiteindelijk gaat het om het totaalplaatje." Laansma merkt droogjes op dat dan wel eerst de wetgeving moet veranderen. De communicatiedeskundige ergert zich aan het feit dat al die losse verslagen een wettelijke verplichting zijn: "De overheid verlangt van het bedrijfsleven allerlei verslagen, zonder aan te geven wat daarvan precies de bedoeling is of wat erin moet staan. Ze laten het over aan de welwillendheid van het bedrijfsleven. Erger nog, de verslagen worden door de politiek nauwelijks gelezen, laat staan dat er iets mee wordt gedaan. Ik vind, dat wanneer je als wetgever bedrijven verplicht maatschappelijk verantwoording af te leggen, dat je dan toch minstens mag reageren."



Folkert van der Molen: "Op termijn maken alle losse verslagen plaats voor een duurzaamheidsverslag."