

III.4.2.3-3 STAKEHOLDERS
ADEQUAAT BEDIENEN MET
HET MILIEUJAARVERSLAG
F.T. VAN DER MOLEN*

De wettelijke verplichting voor het opstellen van een milieujaarverslag is per 1 januari 1999 een feit geworden. Deze verplichting heeft als effect dat ruim driehonderd bedrijven jaarlijks een overheidsverslag en een publieksverslag moeten maken. Het overheidsverslag heeft een duidelijke relatie met de milieuvergunning en vervangt als het ware de diverse rapportageverplichtingen die er reeds waren vanuit het wettelijk kader. Het publieksverslag is als verplicht nummer geheel nieuw. Wellicht was deze verplichting niet eens nodig; de belanghebbenden (stakeholders) van een dergelijk verslag vragen zelf steeds meer om milieu-informatie van de bedrijven.

Deze bijdrage geeft een breed overzicht van de (internationale) ontwikkelingen met betrekking tot de vraagkant van milieu-informatie en probeert antwoord te geven op de vraag hoe je als bedrijf daarop kunt inspelen. Daarnaast wordt in dit artikel ook kort stilgestaan bij trends rond milieuverlaggeving. De nadruk ligt hierbij vooral op de doelgroep financiers.

1. DE VERSCHILLENDE STAKEHOLDERS

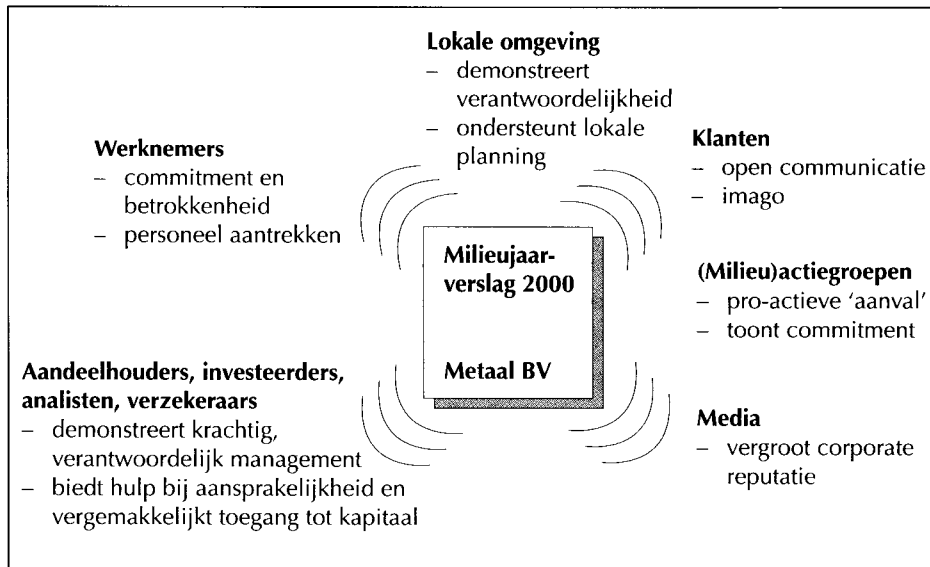
Er zijn diverse stakeholders te onderscheiden voor het publieksmilieujaarverslag. In figuur 1 zijn deze weergegeven, met daarbij per stakeholder wat in hoofdlijnen het beoogde doel van een milieujaarverslag zou kunnen zijn.

Het publieksverslag is vooral bedoeld voor de *lokale omgeving*, de omwonenden en plaatselijke groeperingen. Dit wordt ook wel 'civil society' genoemd. Omwonenden zijn natuurlijk geïnteresseerd in wat een bedrijf doet en uitstoot, welk risico ze lopen en wat een bedrijf eraan doet om de milieuprestaties te verhogen. Vanuit de inrichtingsaspecten van een stedelijk gebied bezien, kan een milieujaarverslag informatie verschaffen voor de lokale planning.

Milieu is ook een item in *business-to-business relaties*. Het milieupresteren en imago van een bedrijf kunnen soms reden zijn een bedrijf niet als leverancier te selecteren. Sommige grote ondernemingen gaan zelfs zo ver dat ze van leveranciers eisen dat deze beschikken over een gecertificeerd milieuzorgsysteem. Het uitbrengen van een milieujaarverslag werkt richting klanten mee aan een open

* Ing. Folkert T. van der Molen is senior-adviseur bij DHV Milieu & Infrastructuur BV.

communicatie en imago. Bij bedrijven die consumentengoederen produceren, kan een milieujaarverslag ook imagoversterkend werken richting de consument. Vaak zullen consumenten het verslag zelf niet opvragen, maar het feit dat bekend is dat een bedrijf een verslag uitbrengt, kan hieraan al bijdragen.



Figuur 1. Mogelijke doelen van een milieujaarverslag per stakeholder

Milieu-actiegroepen vragen de bedrijven al heel lang om openheid van zaken. Hoe staat het met de milieubelasting van een bedrijf en wat doet het bedrijf eraan om deze te verminderen? Met een milieujaarverslag kan een bedrijf pro-actief handelen en commitment tonen.

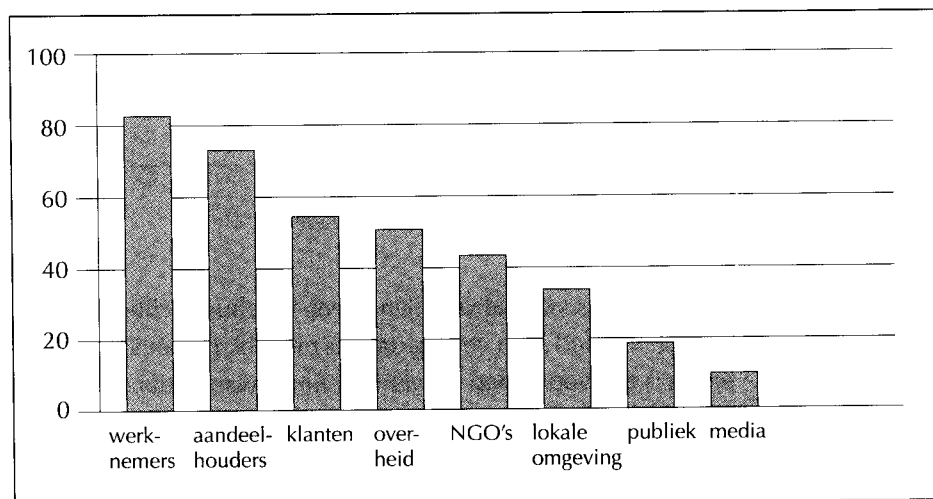
De verwachting is dat milieugroepen de milieujaarverslagen zullen gaan 'ranken' op kwaliteit en daarover de publiciteit zullen zoeken. Geen enkel bedrijf wil natuurlijk onderaan de lijst bungelen.

De media pakken milieu-incidenten gretig op, om ze vervolgens breed uit te meten. Een milieujaarverslag kan de corporate reputatie van een bedrijf vergroten. Een dergelijk verslag neemt steeds meer een eigen plaats in naast het financieel jaarverslag. Het *Financieele Dagblad* neemt bijvoorbeeld al milieujaarverslagen mee in zijn jaarverslagenservice.

.....

Financiële instellingen en analisten zijn in toenemende mate geïnteresseerd in de milieuprestaties van ondernemingen. Een milieujaarverslag is een goed middel om richting deze groep te communiceren. Op deze groep stakeholders wordt verder ingegaan in paragraaf 4.

Ook voor de eigen *werknemers* heeft een milieujaarverslag een duidelijk doel. Naar bestaand personeel toe toont het verslag commitment en betrokkenheid. Door de krapte op de arbeidsmarkt kan ook een milieujaarverslag (en goed milieumago van een bedrijf) bijdragen aan het aantrekken van nieuw personeel. Uit onderzoek¹ is gebleken dat bedrijven die op vrijwillige basis een milieujaarverslag uitbrengen daarvoor vooral de werknemers als doelgroep verkozen. De grafiek in figuur 2 geeft het percentage milieujaarverslagen waarbij men een specifieke doelgroep voor ogen had.

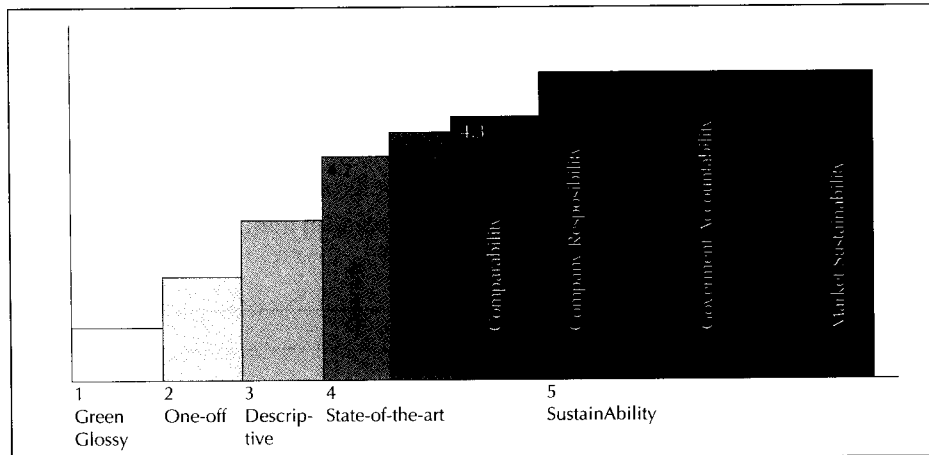


Figuur 2. Percentage milieuverlagen met een specifieke doelgroep

Met het oog op de verplichte milieuverlaglegging is ook de Wet op de ondernemingsraden aangepast, zodat ook de ondernemingsraad zijn zegje mag doen over het milieujaarverslag. FNV Bondgenoten heeft hiervoor een speciale checklist ontwikkeld, zodat de ondernemingsraad een handreiking heeft om het milieujaarverslag te beoordelen.

2. HET MILIEUJAARVERSLAG IN ONTWIKKELING

UNEP en het adviesbureau SustainAbility (VK) verrichten vanuit het 'Engaging Stakeholders Program' veel onderzoek naar de ontwikkeling van milieujaarverslagen.² Zij onderscheiden vijf fasen in de ontwikkeling (zie figuur 3).



Figuur 3. Vijf fasen in de ontwikkeling van milieujaarverslagen

Bedrijven die louter een populair verhaal vertellen in een brochure-achtig milieujaarverslag, bevinden zich in fase 1. Een verslag dat iets meer biedt, bevindt zich in fase 2. Een fase 3-verslag is een vooral beschrijvend, weinig kwantitatief milieujaarverslag, gerelateerd aan het milieuzorgsysteem. Fase 4 is 'state-of-the-art', met drie subcategorieën. Toekomstmuziek (waarin de eerste koplopers, zoals de Body Shop, zich reeds bevinden) is fase 5, waarin sprake is van 'sustainability reporting'.

Bedrijven die nu starten met milieuverlaggeving zouden toch minimaal een verslag moeten uitbrengen dat scoort in fase 3 of hoger. Zo niet, dan loopt een bedrijf flink achter.

Vanuit hun onderzoek signaleren UNEP/SustainAbility tien belangrijkste trends in milieujaarverslaggeving (zie figuur 4).

Gevestigde focus	Opkomende focus
Passieve eenrichtingscommunicatie	Meervoudige actieve dialoog
Verificatie als optie	Verificatie als standaard
Enkelvoudig company voortgangsrapport	Benchmarkmogelijkheid
Managementsystemen	Life-cycles, business design, strategie
Inputs en outputs	Impacts en resultaten
Ad hoc operating standards	Global operating standards
Public relations	Corporate governance
Vrijwillige rapportage	Verplichte rapportage
Company bepaalt de grenzen	Grenzen gezet door stakeholder value
Milieuprestatie fase 3-4	Triple bottom line-prestatie fase 5

Figuur 4. Tien belangrijkste trends in milieujaarverslaggeving

UNEP/SustainAbility heeft recentelijk ook een onderzoeksrapport uitgebracht naar de reden waarom bedrijven die daartoe wettelijk niet verplicht zijn, afzien van het uitbrengen van een milieujaarverslag. De bedrijven ervaren:

- het ontbreken van een grote druk om te rapporteren;
- geen toegevoegde waarde;
- het ontbreken van standaard-formats en duidelijkheid over de functie van een milieujaarverslag.

Toch geeft bijna de helft van de bedrijven die geen verslag uitbrengt aan, dit wel te doen voor het jaar 2000!

3. RELATIE MILIEUPRESTATIE EN FINANCIËLE RESULTATEN

Recente onderzoeksrapporten tonen aan dat er een positieve relatie bestaat tussen de milieuprestaties van een onderneming enerzijds en haar financiële resultaten en shareholder value anderzijds. Shareholder value is een methode om de waarde van een onderneming naar de toekomst inzichtelijk te maken, in tegenstelling tot bijvoorbeeld 'winst per aandeel'.

De World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) concludeert dat financiële instellingen tot voor kort alleen maar aandacht hadden voor de negatieve aspecten van milieuprestaties.³ De WBCSD constateert echter, dat milieuaspecten wel degelijk ook de financiële prestatie van een onderneming sturen. De WBCSD beveelt aan dat ondernemingen, financiële analisten en investeerders meer aandacht schenken aan de sturingsfactoren op het gebied van milieu en milieuprestaties. De Universiteit van Basel en Bank Sarasin & Co concluderen in

.....

hun onderzoek *Environmental Shareholder Value* dat milieubescherpende maatregelen die de ondernemingswaarde verhogen, niet kapitaalintensief zijn en minder materiaalverbruik vergen.⁴ Dergelijke maatregelen verhogen de omzet en de marges, beschermen de financieringsstroom en verhogen de langetermijnwaarde van een onderneming. Voor analisten geeft de studie aan hoe milieuaspecten op financiële wijze benaderd kunnen worden, hetgeen essentieel is om de milieu- en financiële prestaties aan elkaar te kunnen relateren.

Het Instituut voor Milieuvraagstukken van de VU Amsterdam concludeert, na een in opdracht van SNS Bank uitgevoerde verkenning,⁵ dat er sterke aanwijzingen zijn dat goede prestaties op milieugebied samengaan met een beter dan gemiddeld bedrijfsrendement.

Het meest uitvoerige onderzoek tot nu toe is dat van de Universiteit van Oregon, die met de publicatie van de resultaten de Moskowitz Prize in 1998 heeft gewonnen. De onderzoekers hebben de economische en milieuprestatie van 243 ondernemingen (allen behorende tot de Fortune 500) gedurende twee jaar gevolgd. Zij toonden aan dat ondernemingen met een zeer goede milieuprestatie een hogere 'return on investments' behaalden dan hun concurrenten, zelfs als ze rekening hielden met de andere beïnvloedende factoren als verkoopomvang en marktpositie.

Er zullen nog vele onderzoeken volgen, maar een trend is duidelijk waarneembaar: aandacht voor het milieu kost geld, maar levert ook een toegevoegde waarde.

4. FINANCIËLE INSTELLINGEN WORDEN SELECTIEF

Financiële instellingen worden steeds actiever als het gaat om de aandacht die ze hebben voor het milieu. Ze worden zich ervan bewust dat ze door sturingsmogelijkheden met financiële middelen zich in een invloedrijke positie bevinden en duurzame ontwikkeling kunnen stimuleren. Diverse overheden stimuleren dan ook de financiële instellingen om actief beleid te ontwikkelen en milieuaspecten in hun bedrijfsproces te incorporeren.

Het UNEP Financial Services Initiative on the Environment is een voorbeeld van een internationaal stimulerend kader. In 1992 heeft het instituut reeds de 'Statement by Financial Institutions on the Environment and Sustainable Development' opgesteld. Deze verklaring geeft aan hoe financiële dienstverleners rekening kunnen houden met milieuoverwegingen. Wereldwijd hebben meer dan honderd financiële instellingen deze verklaring ondertekend. De Rabobank, ASN en Triodos Bank vertegenwoordigen hierbij ons land.

.....

Ook heeft de UNEP specifiek voor de verzekeringsbranche een verklaring opgesteld (1996), die inmiddels ook door vele instellingen is ondertekend. In het Milieuprogramma van VROM (1999-2002) wordt aangegeven dat VROM de instellingen wil ondersteunen bij het uitwerken en implementeren van de UNEP-verklaring.

De Rabobank heeft recent het boek *Duurzaam bankieren* uitgebracht.⁶ Dit boek beschrijft uitvoerig de vraagstukken die zich voordoen op het raakvlak van bankieren en milieu. Tevens gaat het in op welke mogelijkheden een bank heeft om duurzame ontwikkeling te bevorderen. De aandacht voor milieu is bij de banken vooral toegenomen door de introductie van de 'groene fondsen'. Fiscaal is het voor de belegger aantrekkelijk gemaakt om te beleggen in een fonds dat zijn geld belegt in erkende projecten op het gebied van duurzame ontwikkeling, zoals duurzame energie. Banken kunnen ook bij kredietverlening de milieu-aspecten van een nieuwe of bestaande klant actiever onder de loep nemen.

Verzekeraars kunnen premiedifferentiatie invoeren voor schadeverzekeringen, waarbij milieuvriendelijke bedrijven een lagere premie betalen. Een nieuw fenomeen zijn de duurzame beleggingsfondsen. Waren eerst ASN en Triodos Bank eenzame pioniers, inmiddels heeft SNS Asset Management een Eco Fund geïntroduceerd en ook het grote Robeco heeft een fonds voor duurzame ontwikkeling. Al deze fondsen hebben een methodiek waarbij ze bedrijven doorlichten en beoordelen of deze aan vooraf gestelde criteria op het gebied van milieuprestaties voldoen. Pas dan worden deze bedrijven, mits ze ook financieel goed presteren, opgenomen in de beleggingsportefeuille. Steeds meer worden daar ook ethische en sociale aspecten in meegenomen. Bij de beoordeling spelen daarnaast vaak zaken als personeelsbeleid, kinderarbeid en investeringen in landen met een dictatoriaal regime een rol.

Ook pensioenfondsen kunnen selectief hun grote kapitaal beleggen. De Vereniging van Beleggers in Duurzame Ontwikkeling (VBDO) is opgericht als koepel en platform voor particuliere en institutionele beleggers die geïnteresseerd zijn in dit soort zaken.⁷ De VBDO heeft ook veel aandacht voor de informatieverstrekking van bedrijven over hun milieuprestaties. Zij vindt dat het milieujaarverslag op de algemene vergadering van aandeelhouders een net zo belangrijk onderwerp zou moeten zijn als het financiële jaarverslag. Om dit te stimuleren bezoekt de VBDO regelmatig dit soort bijeenkomsten en stelt daarbij kritische vragen over de milieuprestaties.

.....

Vooral de banken gebruiken milieu ook als PR-instrument. Met milieujaarverslagen (ABN/AMRO, ING), veel onderzoek en andere activiteiten pogen de banken zich een groen imago aan te meten om klanten te charmeren.

5. BESCHIKBAARHEID MILIEUGEGEVENS

Veel bedrijven onderkennen het belang van enerzijds het verhogen van de milieuprestaties en anderzijds het meer inzichtelijk en open communiceren daarover met de stakeholders. Financiële instellingen die aandacht voor milieuaspecten hebben, dienen dus eerst deze gegevens te verzamelen. Vervolgens is inzicht nodig in de betrouwbaarheid van de informatie. Om de gegevens vervolgens te beoordelen, is een vergelijking nodig met de 'common practice' in de betreffende branche. Loopt het betreffende bedrijf achter of voorop? Benchmarking is dan ook een term die steeds meer ingevoerd wordt. Betrouwbaarheid en vergelijkbaarheid zijn voorwaarden voor het verder kunnen gebruiken van de gegevens. Consensus over de wijze waarop deze methode vorm kan krijgen, ontbreekt nu nog. Elke financiële instelling hanteert hiervoor eigen methoden.

De VBDO heeft een onderzoek laten uitvoeren naar de milieu-informatiebehoefte van beleggers. In het onderzoek wordt geconcludeerd dat er weinig eenheid is in de aanbodkant van milieu-informatie, maar dat die ook ontbreekt in de vraagkant. Milieujaarverslagen zijn bijvoorbeeld qua opzet en inhoud moeilijk onderling te vergelijken. Aan de andere kant is wat partijen vragen aan milieu-informatie van bedrijven zeer diffuus. Aanbeveling is dan ook om vanuit de vraagkant een kritische massa te ontwikkelen rond een meer standaardmatige vraagstelling. De filosofie is dan dat hierdoor de aanbodkant (de bedrijven) ook meer aandacht gaan besteden aan milieu-informatievoorziening.

Vergelijkbaarheid, gewenst vanuit oogpunt van benchmarking, is nog niet aan de orde; gegevens in milieuverslagen lopen bijvoorbeeld zeer uiteen. Wenselijk is de ontwikkeling van milieuprestatie-indicatoren (of, alweer moderner, eco-efficiency-indicatoren) waarmee gegevens van bedrijven binnen een branche goed vergelijkbaar kunnen worden gemaakt. Vanuit deze optiek is een van overheidswege verplichte milieuverslaggeving een goed sturingsinstrument. Steeds meer landen denken hier dan ook over na.

De verwachting is wel dat er over enkele jaren per branche geaccepteerde indicatoren zijn bepaald, die door bedrijven in het milieujaarverslag zullen worden

opgenomen. De materiaalefficiëncyindicator zal dan net zo geaccepteerd zijn als financiële indicatoren als solvabiliteit en rentabiliteit.

Ook bij de betrouwbaarheid van de gerapporteerde gegevens in een milieujaarverslag zijn vraagtekens te zetten. Een nog niet gepubliceerd onderzoek leert in ieder geval dat een ISO 14001-gecertificeerd milieuzorgsysteem niet borgt dat er goede gegevens in het milieujaarverslag terecht komen. Met name op het gebied van administratieve organisatie en gegevensverwerking kent deze norm vele tekortkomingen.

Welke rol de verificatie van het milieujaarverslag door een onafhankelijke externe instantie zal gaan spelen, is nog niet duidelijk. De verplichting daarvoor is met betrekking tot het wettelijke milieujaarverslag nog niet ingevoerd. Rond de verslagen die op vrijwillige basis geverifieerd worden, is een grote wildgroei in de soorten verklaringen die door externen worden afgegeven. De eerste negatieve ervaringen zijn er inmiddels ook. Er zijn gevallen van verslagen die door gerenommeerde accountantsbureaus zijn geverifieerd en van een goedkeurende verklaring zijn voorzien, waar toch behoorlijk grove fouten in de gegevens en volledigheid naar voren zijn gekomen. Een verificatieteam bestaande uit een mix van deskundigen op zowel het gebied van administratieve organisatie, informatievoorziening als ook milieu, lijkt voor de hand te liggen. Toch is het een duidelijke trend om het verslag te laten verifiëren, al was het alleen maar om PR-redenen.

6. GLOBAL REPORTING INITIATIVE

Een belangrijk internationaal initiatief op het gebied van milieuverlaggeving is het Global Reporting Initiative (GRI). Onder aanvoering van CERES, de Coalition for Environmental Responsible Economies, wordt gepoogd een internationale standaard te ontwikkelen voor corporate sustainable reporting. Onder meer enkele koepelorganisaties van accountants en de Duitse vereniging voor milieumanagement in banken (VfU) doen hieraan mee. Met dit initiatief sluit men tevens aan op de ook al weer nieuwe ontwikkeling om niet alleen naar milieuprestaties van een onderneming te kijken, maar ook ethische en sociale aspecten in de beoordeling mee te nemen, iets wat in de Angelsaksische landen met de vele ethische beleggingsfondsen al langer wordt gedaan.

.....

Er is inmiddels een eerste concept-gideline beschikbaar. Globaal is de voorgestelde indeling van een milieujaarverslag (sustainable report) als volgt:

1. milieubeleidsverklaring directie;
2. sleutelindicatoren;
3. profiel en financiële prestaties;
4. beleid, organisatie and managementsystemen;
5. relatie met stakeholders;
6. managementprestatie;
7. operationele prestatie;
8. productprestatie;
9. duurzaamheidsverklaring.

Doelstelling is om in 2000 een mondiaal geaccepteerde standaard beschikbaar te hebben.

7. MILIEUGEGEVENS IN HET FINANCIËLE JAARVERSLAG

Op diverse fronten wordt ook driftig gewerkt aan het opstellen van richtlijnen voor het integreren van milieugegevens in de financiële jaarrekening en het financiële jaarverslag. Voorbeelden hiervan zijn de EU, de Europese koepelorganisatie voor accountants (FEE) en de UNCTAD (VN). De bepaling van de hiervoor benodigde milieukostengegevens is daarbij een nieuwe discipline, al betreffen de richtlijnen niet alleen de kostenkant.

Volgens enkelen is er straks helemaal geen ruimte meer voor een afzonderlijk milieujaarverslag. De ultieme vorm van integratie en bewustzijn is immers een geïntegreerd financieel en milieujaarverslag?

8. MILIEUJAARVERSLAG EN INTERNET

Enkele bedrijven hebben geëxperimenteerd met een milieujaarverslag op CD-ROM. De trend is echter om het milieujaarverslag op Internet te publiceren. Circa tien bedrijven in Nederland hebben dit in 1998 gedaan. Zeker nu er publieksmilieuverlagen gericht op het grote publiek komen, kan het bedrijf aanzienlijk besparen met het online publiceren van een milieujaarverslag. Internet wordt immers steeds meer ingevoerd. Door hiernaar te verwijzen bespaart het bedrijf handlingkosten, drukwerk en geldt een lagere milieubelasting. Voor Nederland en Vlaanderen is op internet recent een centraal loket voor milieujaarverslagen opge-

zet: www.milieujaarverslag.com. Van hieruit zijn de online aanwezige milieuver-
slagen gemakkelijk te bekijken.

Sommige bedrijven bieden op internet meer dan alleen het milieujaarverslag. Een voorbeeld is Unilever met een site die, door het klikken op een bepaalde locatie op een kaart, meer specifieke milieu-informatie geeft. British Airways biedt zelfs een milieuspel aan op haar site. Ook is het op veel websites mogelijk 'in dialoog' te gaan met de onderneming (bijvoorbeeld Shell en Mercedes Benz).

De website 'The International Corporate Environmental Reporting Site' (www.enviroreporting.com) is op Internet het centrum voor de geïnteresseerde in milieuverlaggeving en alles wat daaromheen speelt. Het bevat nieuwsrubrieken (internationaal en Nederlands), tal van richtlijnen en handreikingen, artikelen en diverse onderzoeksrapporten.

9. CONCLUSIES

Toen het fenomeen milieujaarverslag eind jaren '80 voor het eerst haar intrede deed, was er veel scepsis. Diverse deskundigen spraken echter de verwachting uit dat, net zoals het financiële jaarverslag een duidelijke ontwikkeling heeft doorge-
maakt, dit ook voor het milieujaarverslag zal gaan gebeuren. Daar zitten we nu midden in. Wetgeving is ingevoerd en er wordt gewerkt aan betrouwbaarheid van gegevens en standaardisatie. De vraagkant is zich aan het mobiliseren om ook iets zinvols met de gegevens te kunnen doen. Het belangrijkste is echter het feit dat aan-
getoond is dat er een duidelijke positieve relatie bestaat tussen de milieuprestaties van een onderneming en haar financiële resultaten. Wie zou je nu nog extra moe-
ten stimuleren om milieuprestatiegegevens mee te nemen in de besluitvorming?

Noten

1. D.J. Lobber e.a., *Business Strategy and the Environment* (5) 1996, p. 30-37.
2. 'Engaging Stakeholders', rapportage, Londen: SustainAbility/Parijs: UNEP.
3. J. Blumberg, Å. Korsvold en G. Blum, *Environmental Performance and Shareholder Value*, World Business Council for Sustainable Development 1998.
4. S. Schaltegger en F. Figge, *Environmental Shareholder Value*, Bank Sarasin/Universiteit van Basel 1998.
5. Dr. K.F. van der Woerd en prof.dr.ir. P. Vellinga, *Eco-rentabiliteit, rapport voor SNS Asset Management*, Vrije Universiteit Amsterdam: Instituut voor Milieuvraagstukken 1997.
6. Marcel Jeucken, *Duurzaam bankieren - Een visie op duurzame ontwikkeling en bankieren*, Utrecht: Rabo-bank Nederland 1998.
7. 'Milieu-informatie ten behoeve van beleggers', Vereniging van Beleggers voor Duurzame Ontwikkeling 1998.

.....

Websites

- The International Corporate Environmental Reporting Site: www.enviroreporting.com
- Nederlandse en Vlaamse milieujarverslagen: www.milieujarverslag.com
- CERES Global Reporting Initiative: www.ceres.org

.....