

# Duurzaam ondernemen:

## Welke tool past bij jouw organisatie?

Evelien Bossuyt, Joris Van Mol,  
Eva Wuyts en Ilse Van den Berckt

**UCLL Research & Expertise - Smart  
Organisations**



Design door



The Ecological  
Entrepreneur

Er bestaan tientallen tools om het duurzaamheidsbeleid van organisaties vorm te geven, te professionaliseren en te vergelijken met andere organisaties. Maar hoe kies je de tool die het best bij jouw organisatie past?

In deze paper vergelijken we vier tools voor ondernemingen: de Future Fit Business Benchmark, de Sustatool, de B Impact Assessment en de Common Good Matrix. We bespreken de belangrijkste verschillen tussen de tools zodat je zelf kan beslissen welke tool een meerwaarde kan betekenen voor jouw organisatie.



## Dit rapport

Dit rapport werd geschreven door onderzoekers van Smart Organisations, een expertisecel binnen UCLL. Het rapport werd gefinancierd met interne onderzoeksmiddelen.

Bronvermelding voor dit rapport: Bossuyt, E., Van Mol, J., Wuyts, E., Van Den Berckt, I. (2023). *Duurzaam ondernemen - Welke tool past bij jouw organisatie?* UC Leuven-Limburg, Smart Organisations

Laatste update: Februari 2023

## Smart Organisations

Smart Organisations is een expertisecel binnen Research & Expertise van de hogeschool UCLL. Eén van de kernthema's van de expertisecel is duurzaam ondernemen. Deze paper kadert in een onderzoeksproject waarin we organisaties willen ondersteunen om te verduurzamen door op regelmatige basis hun impact op mens en milieu in kaart te brengen, net zoals ze regelmatig hun financiële cijfers in kaart brengen.

## UCLL

Hogeschool UCLL is met haar 15.000 studenten en 1.750 medewerkers één van de grootste instellingen voor hoger onderwijs in Vlaanderen. UCLL is actief in de interessegebieden van management, technologie, gezondheid, welzijn en lerarenopleiding en combineert haar onderwijsopdracht met praktijkgericht onderzoek en dienstverlening. UCLL behoort tot de Associatie KU Leuven. Meer info op [www.ucll.be](http://www.ucll.be).

## De onderzoekers

- **Evelien Bossuyt** is psychologe. In haar onderzoek tracht ze complexe informatie rond duurzaamheid toegankelijk te maken voor ondernemers.
- **Joris Van Mol** onderzoekt hoe je duurzaamheid kan meten en objectiveren. Hij werkt vooral rond sociale impact.
- **Eva Wuyts** doet onderzoek en dienstverlening rond impactevaluatie. Daarnaast is ze monitoring en evaluatie (M&E) consultant op zelfstandige basis.
- **Ilse Van Den Berckt** doet onderzoek naar een economie en maatschappij in transitie. Ze doet dit vanuit een multidisciplinaire en systemische invalshoek.

Lees meer op onze website [cimio.ucll.be](http://cimio.ucll.be).

De contactpersoon voor deze paper is Evelien Bossuyt ([Evelien.Bossuyt@Ucll.be](mailto:Evelien.Bossuyt@Ucll.be)).

## De feedbackgroep

We danken graag de groep van geëngageerde experts voor hun feedback op dit rapport: Karla Schimmel (Common Good Matrix Development Team), Wouter Demuynck (GRUUND), Jente Fillet (The Shift), Bie De Keulenaer (MVO Vlaanderen), Wim Pelkmans (MVO Vlaanderen), Johan Bogaerts (B.CON BV), Ann Reulens (Smart Organisations, UCLL), José Tummers (Smart Organisations, UCLL), Jef Peeters (Oikos, denktank voor sociaal-ecologische verandering) en Peter Wuyts (Beconnectum).

## Hoe gebruik je dit rapport?

Dit rapport helpt jou om te beslissen welke duurzaamheidstool geschikt is voor jouw organisatie. Je kan dit rapport op twee manieren gebruiken:

### 1. Wil je snel beslissen?

Je vindt een overzicht van de tools op [pagina 47](#) en in [Tabel 14](#). Bekijk ook Hoofdstuk 6 voor een keuzeadvies op basis van drie types van organisaties.

### 2. Wil je graag een genuanceerd beeld van de ondersteuning die de tools bieden?

Dit rapport begeleidt jouw keuzeprocess op de volgende manier:

**Hoofdstuk 1** start met de basis: Wat is duurzaam ondernemen en waarom is het belangrijk? We voegen ook een stukje wetgeving toe zodat je weet welke evoluties je best in de gaten houdt.

In **Hoofdstuk 2** gaan we dieper in op de noden van jouw organisatie en hoe je de juiste tool kiest.

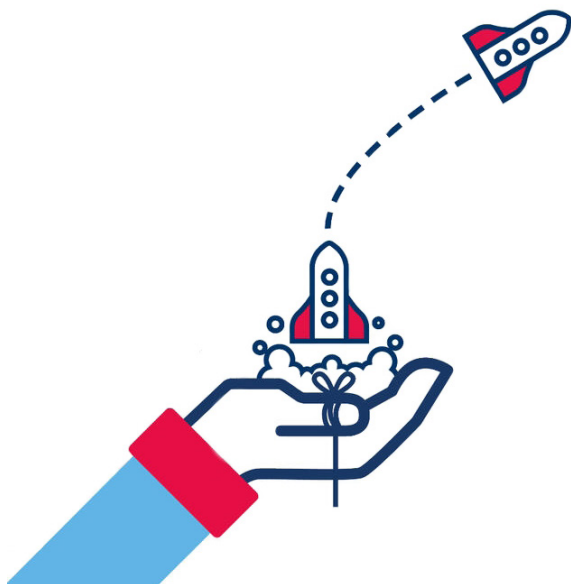
In **Hoofdstuk 3** introduceren we vier handige tools. We bespreken de aanpak, output en concrete ondersteuning die de tools bieden. De tools begeleiden jouw organisatie bij het uitstippelen van een duurzaamheidsbeleid en bij het rapporteren over duurzaamheid. Sommige tools bieden daarenboven als kers op de taart een duurzaamheidscertificaat geïverifieerd door een onafhankelijke partij.

In **Hoofdstuk 4** vergelijken we de inhoud van de tools op vlak van ESG (Environment, Social, Governance). Je leert de klemtonen per tool kennen en welke concrete ondersteuning je per domein krijgt.

In **Hoofdstuk 5** passen we de beslissingscriteria van Hoofdstuk 2 toe op de tools. Je leert bijvoorbeeld welke tool we het meest geschikt vinden voor externe communicatie.

In **Hoofdstuk 6** geven we naast de genuanceerdere beslissingscriteria een soort van snel beslissingscriterium dat voor vele organisaties zal volstaan om een goede beslissing te nemen.

In **Hoofdstuk 7** sluiten we af met een conclusie en enkele reflecties.



## Inhoud

<a href="#">1. Duurzaam ondernemen</a>	6
<a href="#">2. Hoe kies ik een tool?</a>	9
<a href="#">3. Vier Tools</a>	12
3.1. <i>Future Fit Business Benchmark</i>	13
3.2. <i>Sustatool</i>	16
3.3. <i>B Impact Assessment</i>	18
3.4. <i>Common Good Matrix</i>	20
3.5. <i>Overzicht van de tools</i>	24
<a href="#">4. Inhoud van de tools</a>	25
4.1. <i>Milieu</i>	26
4.2. <i>Mens</i>	32
4.3. <i>Goed bestuur en participatie</i>	38
<a href="#">5. Beslissingscriteria op een rij</a>	42
5.1. <i>Praktisch</i>	43
5.2. <i>Interne besluitvorming</i>	43
5.3. <i>Externe communicatie</i>	45
<a href="#">6. En nu: Welke tool kies ik?</a>	48
<i>Organisatietype 1: Doeners – meteen aan de slag</i>	49
<i>Organisatietype 2: Duurzame organisatie zoekt communicatiemiddel</i>	49
<i>Organisatietype 3: Hoog ambitieniveau, zoekend naar coherent kader</i>	50
<a href="#">7. Conclusie en reflecties</a>	51
<i>Overzicht tools en websites</i>	53

---

01.

# Duurzaam ondernemen

**Duurzaam ondernemen** betekent dat je met jouw organisatie helpt om de maatschappelijke noden van vandaag te vervullen zonder jongere generaties de kans te ontnemen om hun noden in de toekomst te vervullen<sup>1</sup>.

Het gaat over rechtvaardigheid over generaties en over grenzen heen. Je streeft ernaar om met jouw organisatie meerwaarde te creëren, zonder de kosten af te wentelen op anderen. Die kosten gaan bijvoorbeeld over de sanering van vervuiling, het herstel van natuurgebieden, aanpassingen in kader van klimaatadaptatie en de sociale kosten van armoede door het gebruik van onderbetaalde arbeid. Duurzame organisaties leveren een bijdrage aan de maatschappij, zonder de factuur door te schuiven.

Er komt steeds meer druk op organisaties om te verduurzamen: Consumenten willen duurzame producten, werknemers kiezen voor duurzame organisaties en investeerders zoeken duurzame beleggingen. Ook de overheid voert de druk op met nieuwe wetgeving rond duurzaam ondernemen. Tot slot zorgen de volatiele prijzen voor grondstoffen en energie ervoor dat investeren in circulair en energiezuinig ondernemen steeds belangrijker wordt om de kosten van jouw organisatie onder controle te houden.

De Sustainable Development Goals (SDG's) zijn een populair kader om rond duurzaamheid te werken. Steeds meer organisaties nemen deze duurzaamheidsdoelstellingen op in hun organisatie-model. Ze verminderen bijvoorbeeld de druk van hun activiteiten op het milieu en de uitputting van grondstoffen. Of ze bestrijden actief de armoede in hun productieketen door samen te werken met hun leveranciers. De SDG's zijn zo breed dat organisaties ze eerst moeten vertalen naar een concrete visie rond duurzaamheid voor hun organisatie. Vervolgens wordt die concrete visie omgezet in een strategisch plan met doelen, indicatoren en acties. Een duurzaamheidstool faciliteert en structureert het proces om van algemene doelstellingen te komen tot concrete actie.



<sup>1</sup>Bron: Our common future, Brundtland-commissie (1987), Verenigde Naties

## Welke wetgeving komt er rond duurzaam ondernemen?

Duurzaam ondernemen geraakt steeds meer verankert in wetgeving. De volgende ontwikkelingen hou je best in de gaten:

- RAPPORTEREN** 1. **Duurzaamheidsrapportering** wordt verplicht ([CSRD](#)): Vanaf 2025 zullen grote beursgenoteerde bedrijven moeten rapporteren over hun duurzaamheid in een nieuw Europees systeem. Vanaf 2026 breidt de verplichting uit naar andere grote bedrijven (bedrijven met meer dan 250 werknemers of meer dan €40 miljoen jaaromzet). In 2027 zijn de beursgenoteerde kmo's aan de beurt. Andere kmo's worden voorlopig niet verplicht om te rapporteren.
- GROENE ECONOMIE** 2. Er komen vanuit de [Green Deal](#) diverse regels aan rond **schadelijke bedrijfsactiviteiten** (bv. een ban op bepaalde toxische stoffen) en rond het circulair en klimaatvriendelijk maken van onze economie. De wetgeving krijgt vandaag nog vorm maar zal ook van toepassing zijn op kleinere organisaties.
- SUPPLY CHAIN** 3. Het **reduceren van negatieve impact op mensenrechten en milieu** doorheen de hele productieketen ([CSDDD](#)) wordt verplicht voor alle grote bedrijven en voor een selectie van middelgrote bedrijven met risicovolle activiteiten (meer dan 250 werknemers en 40 miljoen euro jaaromzet). Kleine organisaties zullen niet vallen onder deze wetgeving.
- INVESTEREN** 4. **Investeren in duurzaam ondernemen** wordt meer transparant dankzij de [SFDR](#) en de [Green Taxonomy](#). De Taxonomy is een lange lijst van duurzame bedrijfsactiviteiten die kunnen aangeboden worden in duurzame investeringsproducten. De lijst ligt momenteel onder vuur omdat gascentrales en kerncentrales beschouwd worden als duurzame bedrijfsactiviteiten.

## Wat is de link tussen de wetgeving en de tools?

Een duurzaamheidstool helpt jou bij jouw voorbereiding op de aankomende wetgeving: Ze geven een kader voor jouw duurzaamheidsrapport en helpen bij het opstellen van een actieplan. Zo stomen ze jou klaar om te voldoen aan de rapporteringsverplichting of om te antwoorden op kritische vragen van grotere spelers die onder de nieuwe wetgeving vallen (bv. bij een kredietaanvraag of als je een leverancier bent van een grotere organisatie). Omdat de wetgeving nog in ontwikkeling is, kunnen we vandaag niet zeggen welke tool het beste afgestemd is op de nieuwe regelgeving.



---

# 02.

## Hoe kies ik een tool?



De zoektocht naar een **goede tool** heeft heel wat voeten in de aarde. Je bent snel enkele uren bezig met het bekijken van websites, het maken van een account, het onderzoeken of de tool echt een meerwaarde biedt of uiteindelijk te star of te generiek is voor wat je voor ogen had.

Als eerste stap in het keuzeproces is het belangrijk om goed na te denken over wat je uit een duurzaamheidstool wil halen op vlak van interne besluitvorming en op vlak van externe communicatie. We lijsten enkele criteria op die je kan gebruiken bij jouw keuze voor een tool.

### 1. Interne besluitvorming

Als je op zoek bent naar een managementtool rond duurzaamheid, bekijk dan zeker deze aspecten:

- De **relevantie** van de tool voor jouw sector en organisatiegrootte
- De **volledigheid** van de tool: Capteert de tool alle aspecten van duurzaamheid die belangrijk zijn voor mijn organisatie?
- De **filosofie** en het ambitieniveau: Er bestaan ambitieuze tools die ons economische systeem in vraag stellen, maar ook meer gematigde tools die zich inschrijven in het huidige systeem en daarin veranderingen willen aanbrengen. Gerelateerd daaraan kan je bekijken of de tool de link maakt met de SDG's, als je dit kader graag wil gebruiken.
- Het type **ondersteuning** dat de tools bieden: Sommige tools zijn vooral geschikt voor organisaties die meteen aan de slag willen, omdat ze gericht zijn op het nemen van actie (het duurzaamheidsbeleid). Andere tools geven vooral ondersteuning bij het meten en het in kaart brengen van indicatoren (het duurzaamheidsrapport). Die laatste tools zijn

meer geschikt voor organisaties die eerst alles in kaart willen brengen voordat ze actie nemen.

### 2. Externe communicatie

Als je over jouw duurzaamheidsbeleid wil communiceren met de buitenwereld, dan kan je de volgende aspecten in rekening brengen:

- **Output:** Welke output levert de tool die bruikbaar is voor externe communicatie? (een rapport, score, dashboard,...?)
- **Benchmarken:** Sommige tools geven jou een score die je kan gebruiken om jouw organisatie te vergelijken of te benchmarken met andere organisaties.
- **Certificaat en label:** Een aantal tools hebben een procedure waarbij een onafhankelijke partij via een certificaat bevestigt dat jouw duurzaamheidsrapport klopt en dat jouw organisatie duurzaam handelt. Sommige tools hebben ook een duurzaamheidslabel dat je op jouw website en producten kan plaatsen.
- De **naamsbekendheid** van de tool, en van het eventuele label: hoe hoger de naamsbekendheid, hoe meer de tool en het label als betrouwbaar worden beschouwd.
- Het **netwerk** van organisaties rond een tool: Toetreden tot een netwerk zorgt ervoor dat jouw duurzaamheidsinspanningen vanzelf opgepikt en gewaardeerd worden.

## Checklist: De juiste tool voor jouw organisatie

### Interne besluitvorming

Welke tool levert me de beste inzichten om strategische keuzes te maken?

- **Relevantie:** Welke tool focust op zaken die relevant zijn voor onze sector?
- **Volledigheid:** Welke tool is het meest volledig wat betreft de diverse aspecten van duurzaamheid?
- **Filosofie:** Strookt de filosofie van de tool met de visie die mijn organisatie op duurzaamheid heeft?
- **Ondersteuning:** Hoe ondersteunt de tool mijn organisatie precies? (vooral bij duurzaamheidsrapportering, vooral bij het opstellen van een actieplan,...)

### Externe besluitvorming

Welke tool levert bruikbare output voor externe communicatie naar klanten (b2b of b2c)?

- **Output:** Welke tool levert een dashboard, rapport, score of andere visuele output die bruikbaar is in de externe communicatie?
- **Benchmarken:** Levert de tool een score op die toelaat om het duurzaamheidsbeleid te vergelijken met andere organisaties?
- **Certificaat en label:** Is er verificatieprocedure en certificaat van de output van de tool (score, rapport, dashboard) door een onafhankelijke derde partij? Is er een label dat je kan gebruiken op jouw website of producten?
- **Naamsbekendheid:** Hoe gekend is de tool / het label bij consumenten en andere stakeholders (regionaal en internationaal)?
- **Netwerk:** Bestaat er een netwerk van organisaties rond de tool die elkaar kennen en helpen?

---

# 03.

## Vier Tools



We bespreken **vier handige tools** die je kan gebruiken om jouw duurzaamheidsbeleid vorm te geven en om over duurzaamheid te rapporteren. De tools werden geselecteerd op hun brede visie op duurzaamheid en hun bruikbaarheid voor kleine en middelgrote organisaties.

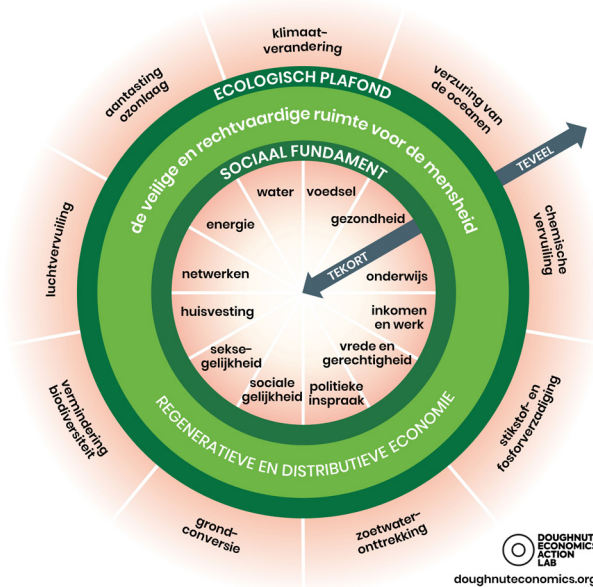
De tools die we bespreken zijn de Future Fit Business Benchmark, de Sustatool, de B Impact Assessment en de Common Good Matrix. Andere populaire tools in het bedrijfsleven zoals GRI en Ecovadis bespreken we niet vanwege hun unieke focus op rapportering (zonder actie-component) of hun unieke focus op een deelaspect van duurzaamheid (leveranciersbeleid).

We bespreken kort hoe elke tool in elkaar zit en welke ondersteuning ze bieden. Om de bespreking heel concreet te maken, geven we aan hoe de tool jou ondersteunt in een domein dat voor alle organisaties relevant is: het klimaatbeleid.

### 3.1. Future Fit Business Benchmark

Future Fit Business Benchmark<sup>2</sup> werd ontwikkeld door de Future Fit Foundation, een stichting gevestigd in het Verenigd Koninkrijk. Future Fit vertrekt vanuit de [Donut visie](#) op duurzaamheid van Kate Raworth. Future Fit vertaalt de donut visie naar een "Future-Fit society" met acht speerpunten: energie, water, afval, ecosystemen, grondstoffen, vervuiling, levenskwaliteit en beleidsmaatregelen.

Volgens Future Fit is het onvoldoende om aan te tonen dat jouw organi-



Figuur 1. Het Donut model geeft de balans weer tussen het belasten van de planeet en een waardig leven voor alle inwoners. Credit: Kate Raworth and Christian Guthrie. CC-BY-SA 4.0

satie het beter doet dan vorig jaar of dat je beter scoort dan andere bedrijven in de sector. Als Future-Fit organisatie streef je naar een volledige eliminatie van jouw negatieve impact op mens en milieu. Tegelijk is het wenselijk dat je een positieve impact realiseert en daarover communiceert.

#### Hoe werkt de Future Fit tool?

De website van Future Fit bundelt informatie ter ondersteuning van jouw duurzaamheidsbeleid en -rapport. Future Fit verwijst hiervoor naar wetenschappelijk onderbouwde platformen en methodieken. Op die manier is Future Fit een

<sup>2</sup> We bespreken versie 2.3 gelanceerd in Juni 2021

eerste aanknooppunt om jouw duurzaamheidsbeleid uit te stippelen.

Je kan op verschillende manieren werken met Future Fit. Dit stappenplan wordt gebruikt in België:

### **Stap 1 Risicoprofiel:**

Je stelt een risicoprofiel op van jouw organisatie op basis van jouw sector en een 90-tal meerkeuzevragen. Dit risicoprofiel geeft de aandachtspunten rond duurzaamheid weer.

### **Stap 2 Engagement:**

Je beslist of jouw organisatie zich wil engageren om Future Fit te worden en je maakt dit publiek op de Future Fit website. Je kan deze stap ook overslaan en de tool gebruiken zonder engagement.

### **Stap 3 Rapport en actie:**

Je stelt jouw duurzaamheidsrapport op en krijgt input over acties die je kan ondernemen. Het rapport bestaat uit twee delen en gaat over jouw negatieve en positieve impact. Future Fit houdt voor beide delen dezelfde structuur aan

volgens de acht speerpunten van de Future Fit society. Die acht speerpunten worden voor de negatieve impact verder vertaald in 23 "break-even" doelen en voor de positieve impact naar 24 "positive pursuits".

### **Stap 4 Certificaat:**

Je kan jouw rapport laten certificeren door een Future Fit professional.

### **Hoe ziet een Future Fit duurzaamheidsrapport er uit?**

Er is geen vaste template voor het Future Fit duurzaamheidsrapport. De tool geeft wel een goede structuur voor jouw rapport aan de hand van de Future Fit doelen en de bijhorende indicatoren.

### **Wat kost het?**

Het gebruik van de tool en lid worden van de community zijn volledig gratis. Wie zelfstandig aan de slag gaat met de tool, heeft dus geen kosten. Er zijn wel kosten als je jou laat begeleiden door een Future Fit professional bij het gebruik van de tool. Het certificaat

## **Break-even doelen**

Future Fit geeft per break-even doel:

- best practices qua duurzaamheidsbeleid
- cijfermatige indicatoren voor jouw rapport
- een rekenmethode voor jouw Future Fit score: de scores geven aan hoe ver jouw organisatie zit van het "break-even" draaien qua mens en milieu (d.w.z., géén schade berokkenen).

## **Positive Pursuits**

Future Fit heeft een andere aanpak voor de break-even doelen en voor de positive pursuits. Future Fit geeft per positief doel:

- een aantal voorbeeldacties die je kan ondernemen
- ondersteuning in het meten van jouw positieve impact. Ze doet hiervoor beroep op het Impact Management Project<sup>3</sup>.

Organisaties kiezen zelf welke positieve doelen relevant zijn en waar ze willen over rapporteren.

<sup>3</sup> Van 2016 tot 2018 bepaalde het Impact Management Project samen met meer dan 2000 experten uit een brede waaier aan sectoren en disciplines een gedeelde definitie van "impact" en goede manieren om impact te meten.

hangt bij Future Fit vast aan de begeleiding (enkel organisaties die begeleiding krijgen, krijgen ook een certificaat) maar heeft verder geen aparte kostenstructuur.

### Voorbeeld: Hoe gebruik je Future Fit bij jouw klimaatbeleid?

Future Fit stelt voorop dat organisaties alle broeikasgassen gelinkt aan hun interne werking, aankoop van energie, toeleverketen en gebruik van hun producten volledig elimineren. Qua positieve impact geeft ze aan dat organisaties anderen kunnen helpen om hun broeikasgasemissies te verlagen.

Future Fit geeft rond klimaat het volgende advies:

- **Inventariseer en bereken** je emissies met behulp van het [Greenhouse Gas Protocol](#) of aan de hand van alternatieven, zoals het [Carbon Disclosure Project](#).
- Voor Scope 1 (de directe emissies van jouw organisatie) geeft Future Fit aan dat de meeste organisaties niet exact weten wat ze uitstoten: het monitoren van uitstoot via schoorstenen of uitlaatpijpen is eerder zeldzaam. Je gebruikt dus jouw activiteiten als basis en je vermenigvuldigt die met **emissiefactoren** om te berekenen hoeveel uitstoot er waarschijnlijk is (bv. welke uitstoot wordt er verwacht per kilometer gereden met een benzinewagen). Die emissiefactoren komen van een betrouwbare bron: Future Fit linkt naar de overheid (van de VK of VS) en een betrouwbare internationale databank [IEA](#) (de licentiekost voor de internationale databank is 570 euro).

### Wouter Demuyndt (Future Fit professional):

“Het geeft een organisatie rust om een horizon te hebben om naar toe te werken, ook al is die horizon ambitieus. Future Fit vergelijkt jouw organisatie niet met anderen, want dat zou een valkuil zijn, maar creëert inzicht in de negatieve impact van jouw organisatie en hoe je die kan aanpakken.”

”

- Voor **financiële activa** raadt Future Fit aan om een analyse te maken van jouw financiële producten, zodat je zeker weet dat je geen aandeel hebt in de klimaatopwarming omdat jouw geld gebruikt wordt voor investeringen die de klimaatopwarming versterken.
- Voor **aankopen** raadt Future Fit een analyse te maken van de (vermoedelijke) klimaatimpact van jouw leveranciers. Ze verwijzen naar life-cycle-assessment tools zoals [OpenLCA](#).
- Future Fit geeft ook advies als je jouw emissies wil **compenseren** door te verwijzen naar een [gids](#), de relevante ISO norm en een [gouden standaard](#).

Nadat je zelf een analyse gemaakt hebt op basis van het advies van Future Fit, kan je ook jouw vooruitgang meten door jouw Future Fit-scores te berekenen. Future Fit biedt hiervoor drie Excel calculators aan:

#### De hoofdcaculator:

Je berekent zelf per bedrijfslocatie de Scope 1 (de directe emissies van jouw eigen werking) en Scope 2 emissies (de indirecte emissies van de energie die je aankoopt, dit is jouw aangekochte energie vermenigvuldigd met de emissiefactoren van jouw energieleverancier) en je vult de som in.

**De aankopencalculator:**

Je vult 8 Ja/Neen vragen in voor elk aankoop (bv. maakte je een analyse van de broeikasgassen die de aankoop genereert?)

**De financiëncalculator:**

Je vult 6 Ja/Neen vragen in voor elk financieel product (bv. maakte je een analyse van de broeikasgassen die jouw belegging / bank genereert?)

De hoofdcalsculator levert de volgende Future Fit scores: Als je 100% Future Fit bent, dan genereert jouw organisatie geen uitstoot meer. Als je 80% Future Fit bent, dan stoot jouw organisatie 80% minder uit dan in een zelfgekozen referentiejaar en ben je nog 20% verwijderd van géén broeikasgasemissies. Bij de calculators rond aankopen en financiën is de input kwalitatief maar wordt er een gelijkaardig percentage vooruitgang weergegeven<sup>4</sup>. Belangrijke kanttekening is dat de calculators jou niet helpen om jouw emissies uit te rekenen. Deze emissies bereken je dus zelf voor je ze in de Future Fit calculators input.

## 3.2. Sustatool

De Sustatool werd ontwikkeld door MVO Vlaanderen en UAntwerpen en is gericht op kmo's. Er is een standaardversie en drie sectorspecifieke versies voor de bouw-, zorg- en voedingssector<sup>5</sup>. De Sustatool vertrekt vanuit de dagelijkse praktijk van organisaties en definieert drie niveaus waarop je kan verduurzamen: duurzame producten en diensten, duurzame bedrijfsvoering en een duurzame organisatiestructuur. Deze drie niveaus zijn gekoppeld aan vijf duurzaamheidsthema's (zie figuur).

### Hoe werkt de Sustatool?





De Sustatool is een online systeem dat je als organisatie kan gebruiken om jouw duurzaamheidsbeleid vorm te geven en te monitoren. Je kiest als organisatie zelf waar je jouw klemtonen legt. De Sustatool bestaat uit vijf stappen en mondt uit in een duurzaamheidsrapport van je organisatie:

#### Stap 1 Analyseer:

Je vult de "Scan" in en kiest zelf welke van de 280 vragen over jouw organisatie je wil invullen. Je krijgt voor elk van





#### Niveau 1

Product- en service excellence

-  Aanbod
-  Productmateriaal
-  Verpakking
-  Consument

#### Niveau 2

Operational excellence

-  Lean
-  Energie
-  Water & sitebeheer
-  Transport

#### Niveau 3

Organisational excellence

-  Ethiek
-  Medewerkers - HR
-  Gezondheid en veiligheid
-  Communicatie

Figuur 2. Screenshot uit de Sustatool op elk icoon kan je klikken om acties en indicatoren te zien.

<sup>4</sup> Het percentage Future Fit wordt dan bepaald op basis van welke stappen je neemt, zo behaal je een 25% Future Fit score als je de uitstoot van broeikasgassen van alle financiële activa analyseert en een score van 50% als je stappen neemt om problemen aan te pakken.

<sup>5</sup> Momenteel wordt de Sustatool herwerkt op basis van feedback van de stakeholders.



de (sub)thema's een score van jouw duurzaamheidsbeleid.

### **Stap 2 Geef richting:**

Je vult in wat jouw visie op duurzaamheid is. Er zijn twee ondersteunende powerpoints om jouw waarden en stakeholders helder te krijgen.

### **Stap 3 Concretiseer:**

Je bepaalt welke acties jouw organisatie zal nemen en welke indicatoren jouw organisatie zal meten aan de hand van concrete lijstjes die de Sustatool aanbiedt. Je kan ook zelf acties formuleren die niet in de tool staan. De acties en indicatoren worden automatisch toegevoegd aan jouw duurzaamheidsrapport.

### **Stap 4 Voer uit:**

Per actie vul je in wat de streefdatum is, wie de eindverantwoordelijke is en waar de actie staat. Per indicator is er een woordje uitleg over hoe je de indicator meet en een invulformulier om jouw cijfer(s) in te geven.

### **Stap 5 Rapporteer:**

De informatie van Stap 2 tot 4 wordt samengevoegd in een rapport.

## **Hoe ziet een duurzaamheidsrapport op basis van de Sustatool er uit?**

De Sustatool genereert automatisch een duurzaamheidsrapport. Het duurzaamheidsrapport start met de visie op duurzaamheid die je zelf hebt uitgeschreven. Daarna volgt per thema een overzicht van de indicatoren en acties die je hebt aangeklikt in Stap 3 en 4. Het duurzaamheidsrapport staat op het platform van de Sustatool, maar je kan het ook exporteren naar pdf. Er zou in de toekomst ook een export naar Word

komen, zodat je zelf het rapport verder kan aanpassen.

## **Wat kost het?**

De Sustatool is volledig gratis. Je kan ook [gratis workshops](#) volgen die je verder op weg helpen. Bij de lancering van dit rapport worden er enkel sector-specifieke workshops aangeboden.

## **Voorbeeld: Hoe gebruik je de Sustatool bij jouw klimaatbeleid?**

De Sustatool is flexibel dus je kan kiezen of je eerst wil kijken waar jouw organisatie staat en start bij de stap "analyseer" of meteen opzoekt welke acties er voorgesteld worden rond klimaat.

1. Analyseer: Je vult de Scan in, deze bevat twee vragen die specifiek over klimaat gaan:

- "De directe en indirecte CO<sub>2</sub>- en andere emissies worden gemonitord"
- "Mijn organisatie is zich bewust van klimaatverandering veroorzaakt door emissie van broeikasgassen en de impact die dit kan hebben op de activiteiten"

Verder zijn er ook nog andere onderdelen die relevant zijn voor het klimaatbeleid, zoals "energie" waarin vragen gesteld worden over de energiezuinigheid van je gebouw, jouw verwarmingsstelsel en de aankoop, consumptie en productie van energie. De scan levert een score op over hoe "matuur" jouw klimaat- en energiebeleid is.

2. Concretiseer: Je vindt inspiratie voor je klimaatbeleid in de onderdelen "Milieu" en "Energie". De Sustatool stelt zowel zeer concrete acties voor, zoals "optimaliseer de condensator", als

minder concrete zaken zoals "monitor directe en indirecte CO<sub>2</sub>-emissies en formuleer acties". Je duidt de acties aan die voor jouw organisatie van toepassing zijn. Daarnaast kan je ook indicatoren aanduiden die je wil opnemen in jouw duurzaamheidsrapport.

3. Voer uit: Voor de klimaatacties geeft de Sustatool geen verdere ondersteuning. Voor de indicator "CO<sub>2</sub>-voetafdruk" staat er wel extra uitleg, namelijk: "CO<sub>2</sub>-voetafdruk = som van alle CO<sub>2</sub>-uitstoot (zakelijk verkeer, energie, productie, ...) / omzet van de organisatie. Basiscijfers vindt u op <https://www.co2emissiefactoren.nl/lijt-emissiefactoren/>". Dit is een andere bron dan bij Future Fit, maar organisaties moeten ook zelf hun uitstoot berekenen met externe tools.

### 3.3. B Impact Assessment

De B Impact Assessment werd ontwikkeld door de Amerikaanse non-profit B Lab. B Lab vertrekt vanuit de "there is no planet B"-gedachte en geeft aan dat er een te grote negatieve impact is van de huidige business-as-usual op de maatschappij, de mens en de planeet.

Volgens B Lab moet er een verschuiving komen van ondernemingen die enkel waarde creëren voor hun aandeelhouders ("shareholders") naar ondernemingen die waarde creëren voor een bredere groep van belanghebbenden ("stakeholders"). B Lab richtte de B Corp beweging op en maakte een Impact Assessment Tool om de impact van organisaties op hun stakeholders te meten en te verbeteren. In België wordt de B Corp beweging ondersteund door duurzaamheidsnetwerk The Shift.

#### Hoe werkt de B Impact Assessment?

De B Impact Assessment bestaat uit een uitgebreide vragenlijst over vijf impactgebieden (Governance, Workers, Community, Environment en Customers) met 17 deeldomeinen. De vragenlijst wordt aangepast naar jouw bedrijfsgrootte, sector en locatie van jouw hoofdkantoor, zodat je enkel relevante vragen te zien krijgt.

Je gebruikt de B Impact Assessment in vijf stappen:

##### Stap 1 Rapporteer:

Je vult de assessment in. Bij elk antwoord dat je geeft zie je meteen hoeveel punten het jou oplevert. Als je minstens 80/200 scoort, dan kom je in aanmerking voor het B Corp certificaat.

##### Stap 2 Statuten aanpassen:

B Lab vraagt dat erkende B Corp organisaties hun statuten aanpassen zodat ze het doel om een positieve impact te hebben op mens en milieu verankeren in de missie van de organisatie. De nodige aanpassingen staan in het Nederlands op hun [website](#) en kan je rechtstreeks overnemen in jouw statuten (zie kader voor een voorbeeld).

##### Stap 3 Certificatie:

B Lab verifieert jouw antwoorden op de B Impact Assessment.

##### Stap 4 Publicatie:

Jouw scores worden publiek gemaakt op de B Corp website.

##### Stap 5 Label:

Je mag het B Corp label in jouw communicatie gebruiken.



De B Impact Assessment maakt vanuit jouw antwoorden op hun vragenlijst ook suggesties voor verbeterpunten. Wanneer je klikt op die verbeterpunten dan zie je jouw originele antwoord op de vraag en kan je aanvinken welke verbeterpunten je wil aanpakken om een hogere score te krijgen.

De B Impact Assessment bevat naast de vijf impactgebieden ook een set vragen naar gevoelige thema's zoals activiteiten in onethische sectoren (bv. wapens, tabak, GMO's, fossiele brandstoffen, mijnbouw) en andere onethische bedrijfsactiviteiten (bv. activiteiten in conflicengebieden, verkoop van data, schending van arbeidsrechten, veroordelingen voor belastingfraude). Deze vragen beïnvloeden jouw score niet, maar worden wel in acht genomen als je gaat voor certificatie.

### Hoe ziet een duurzaamheidsrapport op basis van B Impact Assessment er uit?

B Impact Assessment levert geen duurzaamheidsrapport af in een specifieke vorm. Je kan wel op de website van alle gecertificeerde B Corps lezen welke score ze behaalden per impactgebied en per deeldomein. Op die manier kan je B Corps vergelijken met elkaar. Organisaties maken daarnaast doorgaans een eigen duurzaamheidsrapport en communiceren voornamelijk dat ze het certificaat behaald hebben.

### Wat kost het?

De tool is vrij te gebruiken. Er zijn wel kosten verbonden aan certificatie: Je betaalt een eenmalige bijdrage wanneer je jouw gegevens doorstuurt om te laten verifiëren. De bedragen starten vanaf 250 euro (voor organisaties met minder dan 5 miljoen euro omzet) en

gaan tot 900 euro. Ook voor het gebruik van het certificaat en label betaal je een jaarlijkse bijdrage. Dit start vanaf 2000 euro per jaar voor organisaties met een

### B Corp's aanpassing doel en missie

"Eén van de doelen van de Vennootschap is om middels haar bedrijfsvoering en economische activiteiten, een reële positieve impact te hebben op de samenleving en het milieu in het algemeen."

”

maximale omzet van 2.5 miljoen euro. Alle tarieven vind je op de [website](#) van B Corp.

### Voorbeeld: Hoe gebruik je B Impact Assessment bij jouw klimaatbeleid?

B Impact Assessment stelt een aantal concrete vragen over jouw klimaatbeleid. Bij de meeste vragen is er achtergrondinformatie over hoe je de vraag kan beantwoorden en/of hoe je actie kan ondernemen om jouw klimaatbeleid te verbeteren.



Figuur 3. Deel van de output van de B Impact Assessment van Statik, een Belgische onderneming.

Qua cijfers wordt de volgende informatie gevraagd:

- jouw uitstoot binnen Scope 1 (de directe emissies van jouw eigen werking), Scope 2 (de indirecte emissies van de energie die je koopt) en Scope 3 (alle andere indirecte emissies, bv. van leveranciers, woon-werkverkeer en logistiek)
- de verhouding uitstoot (Scope 1 en 2) tegenover omzet (omgerekend naar dollar).
- het percentage daling van jouw emissies (Scope 1 en 2) ten aanzien van een referentiejaar
- het percentage Scope 1, 2 en 3 emissies dat gecompenseerd werd
- de reductie in het aantal transportkilometers van leveranciers en distributie tegenover een referentiejaar

De [best practice guides](#) van B lab geven advies voor jouw klimaatbeleid. B Lab verwijst verder naar de [rekentool van het GHG protocol](#) om jouw uitstoot te berekenen en de [Science-based target tool](#) om klimaatdoelstellingen te formuleren. Ze stelt ook maatregelen voor om de emissies van jouw leveranciers aan te pakken. Tot slot tipt B Lab in haar [best practice guide](#) betrouwbare organisaties die helpen om jouw CO<sub>2</sub>-uitstoot te compenseren.

## 3.4. Common Good Matrix

De Common Good Matrix<sup>6</sup> werd ontwikkeld door de beweging van de Economy for the Common Good (ECG). De beweging heeft haar zetel in Duitsland en pleit voor een economisch model ten dienste van de samenleving. De ECG-beweging geeft aan dat ons huidige economisch model niet werkt. Ze stelt voor om de spelregels ervan op een democratische manier te wijzigen en te komen tot een economisch model ten dienste van de samenleving.

De ECG-beweging creëerde een tool voor organisaties om na te gaan in welke mate ze bijdragen tot een duurzame maatschappij. Met de tool rapporteren organisaties hoe ze voor vijf cruciale stakeholders (leveranciers, financiers, medewerkers, klanten en maatschappij) bijdragen aan vier fundamentele waarden die je terugvindt in democratische landen wereldwijd:

1. menselijke waardigheid
2. sociale rechtvaardigheid
3. ecologische duurzaamheid
4. transparantie/ medezeggenschap



Figuur 4. [The economy is on its head](#) volgens Christian Felber van de Economy for the Common Good beweging (foto credit: Uschi Oswald)

<sup>6</sup> We bespreken versie 5.0 van de Common Good Matrix

De Common Good Matrix combineert de vier waarden en de vijf types van stakeholders tot een dashboard met twintig vakjes (zie Figuur 5).

### Hoe werkt de Common Good Matrix?

De Common Good Matrix is in de eerste plaats een tool om een duurzaamheidsrapport op te stellen. Dit rapport heet een Common Good Rapport of Common Good Balance Sheet. Je kan het rapport individueel of in een groepstraject opstellen.

#### Individueel traject

In het individueel traject ga je zelfstandig aan de slag of doe je beroep op een consultant. Er is een Word template en een handleiding om jou te helpen om jouw rapport op te stellen. De handleiding gidst jou door elk vakje aan de hand van open vragen en cijfermatige indicatoren. Jouw antwoorden en cijfers vormen de basis van jouw duurzaamheidsrapport. Het scoringsysteem toetst elk aspect van jouw

### Karla Schimmel (ECG consultant):

“De opmaak van een duurzaamheidsrapport zet ook een proces van bewustwording in gang. Je krijgt nieuwe inzichten en gaat bewuster keuzes maken. Door het proces in groep mee te maken, is het voor organisaties snel duidelijk waar ze sterk in zijn en welke blinde vlekken ze hebben en hoe ze die kunnen aanpakken.”



duurzaamheidsbeleid aan vijf niveaus (van “beginner” tot “voorbeeldig”). Bij sommige vragen worden ook negatieve punten toegekend (zoals bij erg milieubelastende activiteiten of belastingontduiking). Na afloop wordt jouw rapport en score gecertificeerd door een auditor.

#### Groepstraject

Organisaties kunnen voor hun eerste Common Good rapport kiezen om



AUDIT CERTIFICATE		FULL BALANCE SHEET		Common Good Balance Sheet: 2016-2017	
				for:	VAUDE Sport GmbH & Co. KG
				Auditor:	Manfred Kofranek und Gitta Walchner
VALUE	HUMAN DIGNITY	SOLIDARITY AND SOCIAL JUSTICE	ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY	TRANSPARENCY AND CO-DETERMINATION	
STAKEHOLDER					
A: SUPPLIERS	A1 Human dignity in the supply chain <span style="float:right">80 %</span>	A2 Solidarity and social justice in the supply chain <span style="float:right">60 %</span>	A3 Environmental sustainability in the supply chain <span style="float:right">70 %</span>	A4 Transparency and co-determination in the supply chain <span style="float:right">60 %</span>	
B: OWNERS, EQUITY- AND FINANCIAL SERVICE PROVIDERS	B1 Ethical position in relation to financial resources <span style="float:right">30 %</span>	B2 Social position in relation to financial resources <span style="float:right">60 %</span>	B3 Use of funds in relation to social and environmental impacts <span style="float:right">80 %</span>	B4 Ownership and co-determination <span style="float:right">10 %</span>	
C: EMPLOYEES, INCLUDING CO-WORKING EMPLOYERS	C1 Human dignity in the workplace and working environment <span style="float:right">70 %</span>	C2 Self-determined working arrangements <span style="float:right">40 %</span>	C3 Environmentally-friendly behaviour of staff <span style="float:right">80 %</span>	C4 Co-determination and transparency within the organisation <span style="float:right">50 %</span>	
D: CUSTOMERS AND OTHER COMPANIES	D1 Ethical customer relations <span style="float:right">50 %</span>	D2 Cooperation and solidarity with other companies <span style="float:right">40 %</span>	D3 Impact on the environment of the use and disposal of products and services <span style="float:right">70 %</span>	D4 Customer participation and product transparency <span style="float:right">60 %</span>	
E: SOCIAL ENVIRONMENT	E1 Purpose of products and services and their effects on society <span style="float:right">60 %</span>	E2 Contribution to the community <span style="float:right">80 %</span>	E3 Reduction of environmental impact <span style="float:right">80 %</span>	E4 Social co-determination and transparency <span style="float:right">80 %</span>	
				Certificate valid until:	31 March 2020
				<b>BALANCE TOTAL</b>	<b>631</b>

Figuur 5. Common Good Matrix voor Vaude

dit rapport op te maken in een “peer groep” samen met andere organisaties. Een betalende audit is dan niet nodig, maar je betaalt wel een erkende consultant die de peer groep begeleidt in 6 à 8 workshops. In die workshops legt elke organisatie uit hoe ze bepaalde zaken aanpakken in hun organisatie (bv. mensenrechten in hun toeleverketen). Daarna volgt er een groepsdiscussie waarbij voor elke organisatie via consensus een score wordt vastgelegd. Een consultant modereert de discussies en bewaakt de kwaliteit van de rapporten en de scores.

In beide trajecten doorloop je de volgende stappen:

#### **Stap 1 Rapporteer:**

Je stelt jouw Common Good Rapport op en bekijkt wat er kan verbeteren aan jouw duurzaamheidsbeleid.

#### **Stap 2 Scoring:**

Bereken de scores per vakje en de totaalscore voor de hele organisatie (op 1000).

#### **Stap 3 Certificatie:**

Jouw rapport en scores worden gecertificeerd door een ECG auditor tenzij ze werden toegekend door de peer groep (de organisaties van de groep beoordelen dan elkaar).

#### **Stap 4 Publicatie:**

Je publiceert jouw rapport via jouw eigen kanalen en op de ECG website.

#### **Stap 5 Label:**

Je mag het ECG-label gebruiken in jouw communicatie (momenteel in ontwikkeling).

### **Hoe ziet een duurzaamheidsrapport op basis van de Common Good Matrix er uit?**

Op de website van [ecogood.org](http://ecogood.org) kan je voorbeelden vinden van gepubliceerde rapporten. Er is geen vast format voor het rapport, maar er bestaat een invul-template in Word met alle vragen en indicatoren. Je mag aan jouw rapport ook altijd extra informatie toevoegen.

### **Wat kost het?**

Het gebruik van de tool is volledig gratis. Er zijn wel kosten verbonden aan de begeleiding, het certificaat (zonder certificaat mag je niet communiceren over jouw Common Good Rapport en scores) en het lidmaatschap van de community:

- **Individueel traject:** Het certificeren van jouw rapport kost tussen de 500€ en een paar duizend euro, afhankelijk van de grootte van jouw organisatie. Als je begeleiding nodig hebt bij het opstellen van jouw rapport, dan betaal je een consultant volgens jouw behoefte.
- Het **groepstraject** kost 2000 à 3000 euro per organisatie, je hebt dan wel een gecertificeerd rapport en begeleiding in één klap.

De jaarlijkse kost om lid te worden van de community is afhankelijk van de grootte van de organisatie en bedraagt minstens 60€ / jaar.

### **Voorbeeld: Hoe gebruik je de Common Good Matrix bij jouw klimaatbeleid?**

Het klimaatbeleid komt aan bod in de kolom “Ecologische duurzaamheid”. De Common Good Matrix vraagt om te rapporteren over zes indicatoren binnen de

eigen organisatie rond broeikasgasemissies, elektriciteit- en brandstofverbruik. Ze geeft wel geen ondersteuning in het berekenen van deze indicatoren. Jouw klimaatbeleid scoort goed op de Matrix als je per werknemer minder dan 2 ton CO<sub>2</sub>-equivalenten per jaar uitstoot. Deze indicator wordt met andere milieu-indicatoren samengeteld tot een totaalscore voor de uitstoot van schadelijke stoffen. Die score wordt gebruikt om jouw ecologische beleid te beoorde-

len in vijf niveaus (van "beginner" tot "voorbeeldig", Figuur 6).

Naast de directe impact van jouw activiteiten, vraagt de Common Good Matrix ook om een beleid uit te werken rond jouw toeleverketen, jouw financiële beslissingen en de impact van jouw werknemers qua mobiliteit en voeding. De Matrix geeft een aantal krijtlijnen en indicatoren, maar biedt weinig ondersteuning in de uitvoering van jouw klimaatbeleid.

**Levels of evaluation**



**Exemplary**

The company has published the data and has shared the results with other companies in the same sector. It has scored a maximum of four evaluation points (see table under 'evaluation tools').

**Experienced**

The company publishes all data on standard impact categories, and scores a maximum of 12 evaluation points (see table under 'evaluation tools'). It has introduced successful, long-term strategies to reduce its environmental impact.

**Advanced**

The company is aware of its resource consumption, its emissions and its environmental footprint. It collates the relevant figures and has strategies for improvement.

**Getting started**

The company has started to identify key environmental impacts, has assumed responsibility, and introduced a reporting system.

**Baseline**

The company is aware of its environmental impact, but has not provided figures or put measures into place.

Figuur 6. Scoringsysteem van de Common Good Matrix voor de directe ecologische impact van de organisatie

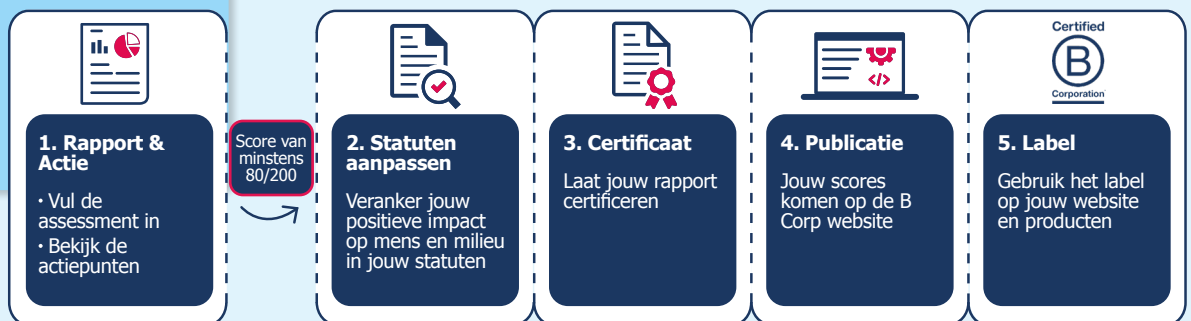
### 3.5. Overzicht van de tools



#### Future Fit Business Benchmark



#### Sustatool



#### Common Good Matrix





---

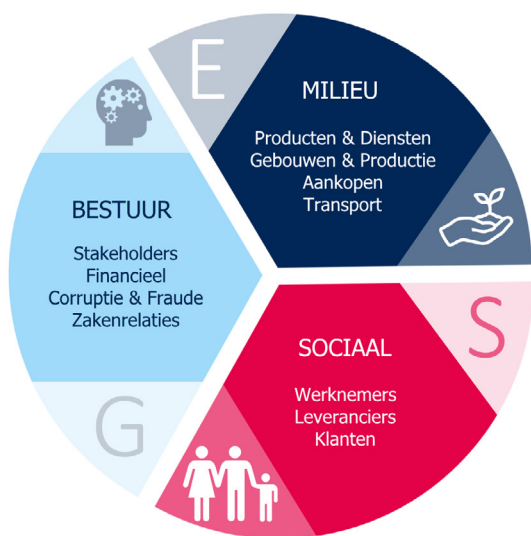
# 04.

## Inhoud van de tools



We gaan in op de inhoudelijke verschillen tussen de tools op vlak van milieu, mens en goed bestuur en participatie. Dit stemt overeen met het gangbare **ESG-kader** (Environment, Social en Governance) dat je ook terugvindt in de Europese wetgeving.

We delen de ESG-categorieën verder op in de impactdomeinen (Figuur 7). Per impactdomein bespreken we in welke mate het impactdomein aan bod komt in de tool, zowel qua duurzaamheidsrapportering als qua duurzaamheidsbeleid. De conclusie wordt samengevat in een tabel met scores die aangeven welke deelaspecten van het impactdomein aan bod komen in de tool (✓ ja / ± min of meer / ✗ neen).



Figuur 7. ESG-kader voor de vergelijking van de tools

## 4.1. Milieu

Welke tool brengt jouw volledige milieubeleid in kaart? Welke tool geeft inspiratie voor (ambitieuze) toekomstplannen?

We bespreken de tools aan de hand van vijf aspecten van het milieubeleid van organisaties:

1. Je maakt jouw aanbod van **producten en diensten** milieuvriendelijker
2. Je maakt jouw **gebouw** en **productieprocessen** milieuvriendelijker
3. Je gaat in dialoog met jouw **toeleverketen** en bekijkt of je milieuvriendelijker kan aankopen
4. Je gaat voor milieuvriendelijk **transport**
5. Je zorgt ervoor dat jouw organisatie een **positieve impact** heeft op het milieu

### 4.1.1 Producten en diensten

De milieu-impact van jouw aanbod van producten en diensten

Wanneer is jouw aanbod van producten en diensten duurzaam? Termen als “circulair” en “life-cycle assessment” zien we terugkomen in alle tools, maar toch zijn er belangrijke verschillen tussen de tools. Tabel 1 geeft een overzicht.

Thema	Future Fit	Sustatool	B Impact	CG Matrix
Ecodesign	✓	✓	±	✓
Impact van gebruiksfase	✓	✓	±	✓
Aanbod rond herstel	✗	✓	✗	✓
End-of-life (terugnemen/herbestemmen)	✓	✓	✓	✓

Tabel 1. Milieu-impact van producten en diensten in de vier tools

De **Sustatool** geeft uitgebreid advies over ecodesign (bv. producten met lange levensduur, tijdloze vorm en duurzame materiaalkeuzes) en verwijst ook door naar de [ecolizer](#) tool van OVAM. Ze adviseert verder om hersteldiensten aan te bieden en klanten te informeren rond duurzaamheid. De indicatoren van

de Sustatool zijn minder uitgebreid dan de acties: Er zijn drie productindicatoren (levensduur, milieu-impact van de gebruiksfase en benodigd materiaal om producten te maken) en twee indicatoren over verpakkingsmateriaal.

**Future Fit** legt de lat hoog en geeft aan dat jouw producten en diensten geen schade mogen aanrichten aan het milieu. Ze stelt een benadering voor gebaseerd op het [cradle-to-cradle](#) certificaat. Producten met dit certificaat zijn zeker Future Fit, maar organisaties hoeven dit certificaat niet te behalen voor hun producten om Future Fit te zijn. Future Fit vraagt ook aandacht voor de end-of-life fase van producten via terugneemprogramma's of het afstemmen van productdesign op recyclagesystemen. Qua herstel is Future Fit minder ambitieus dan de Sustatool en de Common Good Matrix: Ze geeft enkel aan dat consumenten geïnformeerd moeten worden over de mogelijkheden tot herstel.

De **Common Good Matrix** vraagt organisaties om inzicht te krijgen in de milieu-impact van producten en diensten doorheen hun hele levenscyclus, waaronder ook de gebruiks- en end-of-life-fase. Verder is er een sterke focus op hoe

het design van producten ervoor kan zorgen dat klanten minder consumeren. Tot slot vraagt de Matrix dat klanten actief worden betrokken om producten en diensten duurzamer te maken.

De **B Impact Assessment** trekt minder de kaart van ecodesign dan de andere tools. Dit verklaart waarom een bedrijf als [Nespresso](#), ondanks hun afval-intensieve businessmodel, het B Corp certificaat kon behalen. De B Impact Assessment besteedt aandacht aan duurzame materiaalkeuzes, en bijhorende labels en certificaten, en aan het meten van de milieu-impact van producten en diensten. Organisaties krijgen het maximum van de punten als ze een levenscyclusanalyse uitvoerden die geverifieerd werd door een onafhankelijke derde partij. De B Impact Assessment geeft ook (maar minder) punten als er in plaats van een echte levenscyclusanalyse berekeningen worden gemaakt op basis van een andere tool (bv. de tool van [Ellen MacArthur Foundation](#)).

De B Impact Assessment scoort lager dan de andere tools omdat het vooral inzet op meten en minder op het verkleinen van de milieu-impact van producten en diensten. Echt verantwoordelijkheid nemen voor de milieu-impact van producten door circulair of ecologisch design, zit dus niet in deze tool.

#### 4.1.2 Gebouwen en productieprocessen

De milieu-impact van jouw interne werking: gebouw en productie

Naast het verduurzamen van jouw aanbod aan producten en diensten, geven de tools handvaten om de impact van jouw productie en gebouwen (bv. verwarming en watergebruik) te verkleinen. De tools zijn vrij gelijklopend en



Figuur 8. Nespresso heeft het B Corp certificaat

bevatten indicatoren en advies over dezelfde domeinen (zie Tabel 2), maar het ambitieniveau en het type advies is wel sterk verschillend.

Qua ambitieniveau legt **Future Fit** de lat het hoogst. Ze vraagt dat organisaties streven naar een volledige eliminatie van hun negatieve impact op het milieu. Future Fit maakt ook radicale voorstellen om dit te verwezenlijken, zoals contact opnemen met jouw energieleverancier om op jouw bedrijfssite hernieuwbare energie op te wekken. Verder bevat de tool een reeks concrete richtlijnen om het energie-, materiaal- en watergebruik op de bedrijfssite terug te dringen en afval te vermijden.

De andere tools zijn minder radicaal. De **Common Good Matrix** heeft een scoringssysteem voor jouw milieu-impact. Je scoort goed als je bijvoorbeeld maximum van 2 ton CO<sub>2</sub> per werknemer per jaar uitstoot. Jouw score gaat ook omhoog als je milieuvriendelijker produceert dan andere organisaties. Je krijgt minpunten als je milieuwetten niet naleeft, buurtbewoners jou aanklagen of jouw milieu-impact te groot is tegenover de meerwaarde die jouw organisatie biedt. De Matrix dekt de meeste gebieden af rond milieu, maar biodiversiteit komt niet expliciet aan bod.

De **B Impact Assessment** heeft veel aandacht voor duurzame gebouwen en productie. Daarbij wordt vooral gekeken naar wat er allemaal gemonitord wordt en of het milieubeleid verankerd is: Zijn er geschreven beleidslijnen? Is er een milieumanagementsysteem? Zijn er budgetten en verantwoordelijken toegewezen? Alle domeinen rond milieu komen hierbij aan bod.

Thema	Future Fit	Sustatool	B Impact	CG Matrix
Water	✓	✓	✓	✓
Energie	✓	✓	✓	✓
Uitputting grondstoffen	✓	✓	✓	✓
Afval	✓	✓	✓	✓
Uitstoot (waaronder broeikasgassen)	✓	✓	✓	✓
Toxiciteit	✓	±	✓	✓
Landgebruik en biodiversiteit	✓	✓	✓	±

Tabel 2. Milieu-impact van interne werking in de vier tools

De **Sustatool** geeft een uitgebreide set van acties rond milieuvriendelijke productie en gebouwen. Het advies van de Sustatool is vaak veel concreter dan dat van de andere tools, bijvoorbeeld rond het thema van biodiversiteit (zie kader). Qua indicatoren is de Sustatool dan weer veel minder uitgebreid. Er is geen indicator voor biodiversiteit en het is ook niet duidelijk hoe een organisatie hierover best rapporteert. Qua toxische stoffen scoort de Sustatool ook minder goed dan de andere tools: De tool heeft geen enkele indicator rond toxische stoffen en slechts enkele algemene richtlijnen om de kans te reduceren dat de stoffen in het milieu terechtkomen.

#### Tips rond biodiversiteit in de Sustatool

- Kies in een tuin voor inheemse, lokale beplanting die bloeit en/of bessen draagt in elk seizoen.
- Maak een muur of een hoop van stenen, zonder bindmiddel.
- Plant hoogstam fruitbomen.
- Leg een vijver aan.
- Gebruik geen biociden of veelvuldige bemesting.
- Leg een groene muur aan of laat muurbegroeiing toe.
- Vermijd dat vogels tegen grote glaspartijen van het gebouw vliegen.
- Stel gronden (tot 0,5 ha) ter beschikking voor een 'samentuin' waar buurtbewoners samen ecologisch tuinieren.

### 4.1.3 Aankopen

De milieu-impact van jouw leveranciers

Hoe zorg je ervoor dat alle input die je nodig hebt, alle grondstoffen en producten die jouw organisatie binnenkomen, zo milieuvriendelijk mogelijk aangekocht worden? Voor vele organisaties ligt de grootste milieu-impact buiten de eigen organisatie: de mijnbouw- en landbouwprocessen en de eerste (chemische) bewerkingen van grondstoffen hebben vaak een grote milieu-impact en vinden plaats in landen waar de milieuwetgeving een stuk minder streng is dan in België.

Als je niet wil vervallen in greenwashing, dan is een milieubeleid rond leveranciers dus cruciaal. Omdat dit aspect bij vele organisaties nog niet op punt staat, vragen NGO's om transparant te communiceren wie jouw leveranciers zijn (bv. via jouw website)<sup>7</sup>. Daarnaast is het ook een best practice om goede relaties met jouw leveranciers op te bouwen en samen milieuproblemen aan te pakken. Je verantwoord jouw milieubeleid best ook in een contract met jouw leverancier (bv. via een [gedragscode](#)) en je volgt het lokale beleid op door jouw leveranciers te bezoeken. Onverwachte bezoeken van een externe auditor kunnen jou meer zekerheid geven over het nakomen van beloftes. Tabel 3 geeft aan welke tools deze aspecten hebben opgenomen.

De **B Impact Assessment** is zeer uitgebreid en volledig wat betreft leveranciersbeleid. Topics zijn onder andere het screenen van leveranciers, het gebruik van een gedragscode om de afspraken rond milieu vast te leggen en de manier waarop je leveranciers motiveert om

Thema	Future Fit	Sustatool	B Impact	CG Matrix
Transparantie over leveranciers (bv. op website)	✗	✗	✓	✓
Actieve samenwerking met leveranciers rond milieu	✓	✓	✓	✓
Milieucriteria in contracten met leveranciers	✓	✓	✓	±
Screenen/opvolgen van milieuaspecten bij leverancier	✓	±	✓	✓
Onafhankelijke audits bij leveranciers	✗	✗	✓	✗

Tabel 3. Milieu-impact van leveranciers in de vier tools

milieuvriendelijker te produceren (bv. belonen van leveranciers die goed bezig zijn, samenwerking beëindigen bij problemen, ondersteunen met middelen en kennis,...). Je scoort ook als jouw leveranciers geaudit worden door een derde partij. Een minpunt is dat de B Impact Assessment geen aparte indicatoren heeft voor het mens- en milieubeleid bij leveranciers. Ze vraagt bijvoorbeeld: "Welke stappen neemt jouw organisatie om het beleid rond mens en/of milieu bij leveranciers te verbeteren?" Door de "en/of" in de vraag kan je goed scoren met ofwel een goed beleid rond arbeidsomstandigheden ofwel een goed beleid rond milieu, maar je hoeft ze niet beide te hebben.

**Future Fit** heeft een [break-even-doel](#) gewijd aan alles wat te maken heeft met het aankoopbeleid van organisaties, met aparte indicatoren voor mens en milieu. Voor milieu gaat het over de impact van een aankoop op vlak van energie, water, broeikasgassen, schadelijke stoffen, afval, landgebruik en de druk op natuurlijke hulpbronnen. Future Fit raadt aan om een "hotspotanalyse" te maken van mogelijke problemen in jouw toeleverketen (bv. op basis van een levenscyclusanalyse of onderzoeksrapporten). Hotspots zijn bijvoorbeeld een hoge mate van watergebruik

<sup>7</sup> Bijvoorbeeld, Greenpeace vroeg enkele jaren geleden via hun [detox fashion](#) campagne aan modebedrijven om transparant te communiceren over hun leveranciers. Ze vroeg zowel de namen van leveranciers publiek te maken als de testresultaten van hun afvalwater. Die transparantie liet Greenpeace toe om op te volgen welke bedrijven hun beloftes nakwamen om giftige chemicaliën te bannen.

bij leveranciers in waterarme gebieden of leveranciers die niet-hernieuwbare energie gebruiken. Hotspots in de toeleverketen moeten aangepakt worden met meetbare acties die samengevat worden onder "no use, no excuse and commitment to reduce" (zie kader).

Future Fit biedt een leverancierscalculator aan in Excel om per aankoop bij te houden of er qua energie-, water- of andere milieu-impact een significante negatieve impact is die aangepakt moet worden. In tegenstelling tot het milieubeleid in de eigen organisatie vraagt de leverancierscalculator niet naar concrete cijfers van jouw leveranciers. De calculator stelt per aankoop en per milieudomein 8 Ja/Neen vragen (bv. "deed je een hotspotanalyse?" en "ondernam je stappen om de hotspots aan te pakken?"). Jouw Future-Fitness score op gebied van aankopen wordt bepaald op basis van de antwoorden op deze Ja/Neen-vragen.

De **Common Good Matrix** focust op transparante communicatie over jouw leveranciers en hun milieu-impact.

Verder vraagt ze dat je jouw leveranciers actief betrekt in je besluitvorming en samenwerkt om de milieu-impact van de toeleverketen te verkleinen. De Matrix geeft geen gedetailleerde indicatoren rond de milieu-impact van jouw leveranciers, je berekent wel (a) welk percentage van jouw aankopen milieuvriendelijk zijn en (b) welk percentage leveranciers hun milieu-impact al hebben gereduceerd.

De **Sustatool** geeft een aantal concrete acties die je kan ondernemen in jouw leveranciersbeleid. Ze raadt onder andere aan om bij jouw aankopen gebruik te maken van erkende labels en om samen met jouw leveranciers stappenplannen te maken om milieuvriendelijker te produceren. De Sustatool vraagt niet om transparant te zijn over leveranciers en geeft ook minder richting aan het opvolgen van het milieubeleid dan de andere tools. Qua indicatoren heeft de Sustatool slechts één indicator rond leveranciersbeleid, namelijk het percentage leveranciers waarvan het contract een duurzaamheidsclausule heeft. Die clausule wordt verder niet gespecificeerd.

### **Drie principes om milieuproblemen bij leveranciers aan te pakken (Future Fit)**

**No use** Koop geen producten die de Future Fitness van de maatschappij ondermijnen (bv. producten op de SIN-list, conflictmineralen,...).

**No excuse** Als er milieuvriendelijke alternatieven op de markt zijn, dan moet je deze gebruiken (bv. gerecycleerde materialen, hout met duurzaamheidslabel,...).

**Commitment to reduce** Als een product dat je aankoopt een sterke negatieve impact heeft op het milieu en het is niet te vervangen door een milieuvriendelijke keuze, dan tracht je de impact hiervan te reduceren door jouw eigen businessmodel minder afhankelijk te maken van het product of de meest milieuvriendelijke leverancier te kiezen.

#### 4.1.4 Transport

De milieu-impact van logistiek en woon-werkverkeer

Transport is in België verantwoordelijk voor een vijfde van alle broeikasgasemissies. Zowel het werknemerstransport van bedrijven als hun logistiek spelen daarin een belangrijke rol. De **Sustatool** biedt voor dit thema het meest uitgebreide en hands-on advies, dankzij haar afstemming op de Belgische context. Qua werknemerstransport lijst ze bijvoorbeeld verschillende actiepunten afgestemd op de Belgische fiscale wetgeving. De **B Impact Assessment** geeft ook een aantal best practices weer rond logistiek, maar is eerder oppervlakkig op vlak van werknemerstransport. De andere tools hinken achterop en bevatten weinig input en weinig indicatoren rond het topic van transport. Future Fit heeft zelfs geen indicatoren rond transport (zie Tabel 4).

#### 4.1.5 Positieve milieu-impact van jouw organisatie

Hoe breng je jouw positieve milieu-impact in kaart?

In drie van de vier tools krijg je ondersteuning bij het in kaart brengen van jouw positieve impact op het milieu. Organisaties die bijvoorbeeld bezig zijn met bewustmaking, natuurherstel (bv. bomen aan te planten) of met een duurzaam aanbod rond energie of hergebruik van grondstoffen, kunnen de tools gebruiken om die inspanningen in kaart te brengen.

Thema	Future Fit	Sustatool	B Impact	CG Matrix
Transport van werknemers	✗	✓	✓	✓
Logistiek	✗	✓	✓	½

Tabel 4. Milieu-impact van transport in de vier tools

De **B Impact Assessment** heeft het over een "environmental business model". Dit businessmodel kan gaan over natuurbehoud en het planten van bomen, maar ook over het maken van producten die veel milieuvriendelijker zijn dan jouw concurrenten. Je beantwoordt enkele vragen over jouw businessmodel, maar je krijgt er geen extra punten voor, dus het helpt jou niet bij certificatie.

**Future Fit** ondersteunt de rapportering van de positieve milieu-impact via haar "positive pursuits". De tool geeft ook advies over het meten en rapporteren van jouw positieve impact. Dit blijft echter vrij algemeen en je moet op basis van de algemene informatie zelf een strategie bijeen puzzelen om jouw positieve impact in kaart te brengen en te communiceren.

De **Common Good Matrix** heeft een onderdeel gewijd aan de maatschappelijke impact van jouw producten en diensten. Dit gaat vooral over sociale impact, maar je scoort ook op de Matrix als jouw organisatie ecologische problemen helpt oplossen. Op de totale duurzaamheidscore van duizend punten weegt die positieve impact echter niet zwaar door (25 van de 1000 punten kunnen verdiend worden door een positieve sociale en/of milieu-impact op de maatschappij).

Thema	Future Fit	Sustatool	B Impact	CG Matrix
Positieve milieu-impact	✓	✗	✓	✓

Tabel 5. Positieve milieu-impact in de vier tools

De **Sustatool** heeft geen aandacht voor de (eventuele) positieve milieu-impact van organisaties.

Samengevat wordt jouw positieve impact op het milieu gewaardeerd bij de B Impact Assessment, de Common Good Matrix en bij Future Fit. Geen van deze tools geeft echter (heel) concrete handvaten rond de rapportering van die positieve impact. Voor de duurzaamheidsscores weegt de positieve impact ook niet zwaar door.

## 4.2. Mens

Welke tool brengt de mensgerichte kant van jouw organisatie in kaart? Welke tool heeft aandacht voor alle mensen die betrokken zijn bij jouw activiteiten?

Mensgerichte organisaties hebben aandacht voor het welzijn van alle mensen in hun waardeketen: Van de werknemers bij leveranciers tot de eigen werknemers en klanten. Daarnaast kan een organisatie ook een bredere impact hebben doordat ze een sociale missie nastreven. We bespreken hoe de tools jou ondersteunen bij het mensgerichte aspect van duurzaamheid.

### 4.2.1 Werknemers

De impact van jouw organisatie op jouw werknemers

Werknemers<sup>8</sup> zijn de spil van elke organisatie. Alle tools besteden aandacht aan het werknemersbeleid en hoe dit zo duurzaam mogelijk kan. In de tabel zie je de indicatoren per tool. We vergelijken de tools aan de hand van drie kernthema's.

### 1. Veiligheid en gezondheid

Alle tools hebben acties en indicatoren rond veiligheid en gezondheid op het werk. Vooral voor kleine kmo's kunnen de tools inspiratie bieden om rond dit thema te werken. Bij grotere organisaties met een preventieadviseur (verplicht vanaf 20 werknemers), comité voor preventie en bescherming op het werk (vanaf 50 werknemers) of ondernemingsraad (vanaf 100 werknemers) staat dit topic meer op de radar en zullen de tools vanzelf minder relevant zijn. Geen van de tools is volledig afgestemd op de Belgische welzijnswetgeving en ze loodsen jouw organisatie dus niet door de wettelijke verplichtingen. Je volgt dus best altijd de richtlijnen van jouw externe preventiedienst of de FOD WASO.

### 2. Fundamentele rechten van werknemers

Op gebied van fundamentele rechten zijn er grote verschillen tussen de tools. De Sustatool werd duidelijk ontwikkeld voor Vlaamse kmo's, waarvoor een uitgebreide sociale wetgeving bestaat die de fundamentele rechten garandeert. De Sustatool focust daarom op zaken die verder gaan dan de basisrechten (loopbaanontwikkeling, jobtevredenheid, work-life balance, etc.). De Common Good Matrix is op dezelfde manier gericht op Westerse bedrijven. Ze hecht veel belang aan inspraak, autonomie en work-life balance, maar verschilt van de Sustatool door haar nadruk op solidariteit, transparantie en medezeggenschap.

De B Impact Assessment en Future Fit zijn gericht op organisaties die wereldwijd actief zijn en verwijzen ook voor de eigen werknemers naar de ILO standaard rond waardig werk. Deze tools verwachten dat organisaties ook binnen

<sup>8</sup> Als het niet eenvoudig is om goed af te bakenen wie jouw eigen werknemers zijn en wie daar buiten valt, dan kan je bijvoorbeeld bij Future Fit concrete handvaten vinden om die afbakening te maken.



de eigen bedrijfsvoering rapporteren over thema's zoals kinderarbeid, gedwongen arbeid en leefbare lonen. Het lijkt overbodig als Belgische organisatie om over die aspecten te rapporteren, maar toch het kan belangrijk zijn om dit wel te doen, bijvoorbeeld als je internationaal actief bent.

### 3. Loonbeleid

Het loonbeleid is een cruciale pijler in het duurzaamheidsbeleid. De tools zijn hierin vrij gelijklopend, behalve de Sustatool:

De Common Good Matrix en de B Impact Assessment scoren het beste op dit thema. De **Common Good Matrix**

bevraagt de loonspanning, locatieafhankelijk leefbaar loon en of de werknemers inspraak hebben in het loonbeleid. De **B Impact Assessment** heeft een zeer uitgebreide set van indicatoren rond leefbare lonen. Organisaties rapporteren onder andere over het bedrag van het laagste loon in de organisatie en het percentage werknemers dat minstens een leefbaar loon verdient. De B Impact Assessment specificeert berekenmethodes (bv. tel je bonussen mee in de loonberekening) en verwijst naar databanken die leefbare lonen per regio definiëren. Ze legt ook extra rapporteringseisen op voor werknemers die geen vaste verloning, maar een

Thema	Subthema	Future Fit	Sustatool	B Impact	CG Matrix
Veiligheid en gezondheid op het werk		✓	✓	✓	✓
Diversiteit en gelijke kansen		✓	✓	✓	✓
Fundamentele rechten van werknemers	Kinderarbeid	✓	✗	✓	✗
	Gedwongen arbeid	✓	✗	✓	±
	Vrijheid van vereniging	✓	✗	✓	±
	Betaalde en beperkte overuren	✓	✗	✓	±
	Betaalde vakantie	✓	✗	✓	✓
	Moeder- en vaderschapsverlof	✓	✗	✓	✗
Loonbeleid	Leefbaar loon	✓	✗	✓	✓
	Voorwaarden en verloning voor deeltijds arbeid	✓	✗	✓	✓
	Voorwaarden en verloning voor kwetsbare werknemers	✓	✗	✓	✓
	Loonspanning	✗	✓	✓	✓
Werkonzekerheid bij flexwerk		✓	✗	✓	✓
Werkbaar werk	Flexibiliteit	✓	✓	±	✓
	Werkdruk	✓	✓	±	✓
	Conflictbeheersing	✓	✓	✓	✓
	Medewerkerstevredenheid	±	✓	✓	✓
Medewerkersbetrokkenheid	Inspraak	✗	✓	✓	✓
	Autonomie	±	✓	✓	✓
Competentie-ontwikkeling		✗	✓	✓	✓
Bewustmaking van werknemers rond duurzaamheid		✗	±	✗	✓

Tabel 6. Werknemersbeleid van de vier tools

uurloon, hebben. In het algemeen heeft de B Impact Assessment veel aandacht voor kwetsbare werknemers (tijdelijke of preciaire contracten, stagairs, interim, achtergestelde groepen,...). Ze heeft ook indicatoren rond loonspanning en het verloningspakket van het topmanagement.

**Future Fit** geeft aan dat het belangrijk is dat werknemers voldoende verdienen, zodat ze niet hoeven bij te klussen om rond te komen. Ze vraagt om te rapporteren over het percentage van werknemers met minstens een leefbaar loon. Voor de berekeningen geeft Future Fit aan dat je best een derde partij inschakelt om je te helpen. Future Fit verwijst niet naar concrete databanken met leefbare lonen, maar geeft aan dat je meestal meerdere databanken nodig hebt om tot een betrouwbare berekening te komen voor alle locaties van jouw organisatie.

De **Sustatool** vraagt qua loon om te rapporteren over één indicator: de verhouding van het gemiddelde salaris in de eigen organisatie tegenover het gemiddelde salaris in de sector (eventueel opgesplitst per type functie). De expliciete focus op de laagste lonen en het armoederisico dat ermee verbonden is, zit dus niet in deze tool. De Sustatool is ook de enige die het niet heeft over flexwerk en de onzekerheid qua inkomen die daarmee gepaard gaat.

#### 4.2.2 Leveranciers

De impact van jouw aankoopproces op de werkomstandigheden bij jouw leveranciers

Een mensgerichte organisatie kiest voor leveranciers waar de werknemers goed behandeld worden, waar de lonen voldoende hoog zijn waardoor kinderen

naar school kunnen in plaats van te werken, waar de gebouwen (brand-) veilig zijn en waar werknemers recht hebben op normale werkuren en betaald verlof. De situatie in lageloonlanden is vaak schrijnend en vele producten op de Europese markt worden gemaakt door kinderhanden of via gedwongen arbeid: Van de kleding die we dragen tot de straten waarover we lopen.

Het is voor organisaties niet altijd duidelijk hoe ze tot eerlijke producten kunnen komen, waarbij ook de werknemers van hun leveranciers op een eerlijke manier worden behandeld. De tools geven handvaten om het sociale beleid rond leveranciers vorm te geven en te evalueren. We gebruiken best practices volgens de non-profit organisatie Fair Wear Foundation om de volledigheid van de tools te onderzoeken:

- wees transparant over leveranciers en over de arbeidsomstandigheden ter plaatse (bv. audits en klachten publiceren op je website)
- start geen samenwerking op met nieuwe leveranciers zonder risicoanalyse naar schending van mensenrechten (bv. opzoeken van algemene risico's verbonden aan het productieland, voorgaande audits van de leverancier opvragen, een plaatsbezoek, etc.)
- Ga langetermijnrelaties aan met leveranciers en werk actief samen om de arbeidsomstandigheden te verbeteren.
- Laat een vragenlijst of contract rond arbeidsomstandigheden invullen en ondertekenen door de leverancier.
- Volg de arbeidsomstandigheden op en informeer de lokale werknemers waar ze met klachten terecht kunnen.

## Waarom transparant zijn over leveranciers?

Leveranciers worden vaak geheim gehouden voor concurrenten, maar NGO's dringen toch aan op transparantie als eerste stap naar een duurzaam leveranciersbeleid.

Waarom?

Bij rampen (denk aan Rana Plaza), maar bij alle wantoestanden in laagloonlanden is het vaak onduidelijk welke Westerse merken met de fabrikant samenwerken. Hierdoor is het heel moeilijk om bottom-up informatie over de arbeidsomstandigheden tot bij de Westerse organisaties te krijgen. Het is dus een best practice als je transparant communiceert over jouw leveranciers zodat informatie van lokale NGO's over (brand)veiligheid of kinderarbeid tot bij jouw organisatie komen en je een dialoog kan opstarten met de leverancier.

De **B Impact Assessment** heeft een uitgebreide set van vragen over de arbeidsomstandigheden bij leveranciers. Daarmee heeft ze van alle tools het meest concrete lijstje met acties dat organisaties kunnen ondernemen. Je krijgt een hogere score naarmate je meer (impactvolle) acties onderneemt en naarmate je dit doet voor een hoger percentage van jouw leveranciers. Enkel de topics van leefbaar loon en het informeren van de lokale werknemers over hun rechten, konden beter uitgewerkt worden. De B Impact Assessment heeft ook diverse aanbevelingen rond steun die je als organisatie kan bieden aan kleinschalige leveranciers (bv. aanbieden van training, toestaan van uitstaande schuld).

De **Common Good Matrix** verwacht dat organisaties een dialoog opzetten met hun leveranciers en hen als belangrijke stakeholder beschouwen. Ze focust op een "eerlijke compensatie" voor leveranciers, op basis van de meerwaarde die in de waardeketen ontstaat. Ze verwijst als enige naar de prijsopbouwsys-

- Werk een beleid uit rond leefbare lonen bij leveranciers (bv. opzoeken wat leefbare lonen zijn in het productieland, inkooppraktijken hierop afstemmen).

Tabel 7 geeft aan welke tools het meeste van deze aspecten opnemen. In het algemeen is de B Impact Assessment het meest volledig en diepgaand op vlak van arbeidsomstandigheden bij leveranciers.

Thema	Future Fit	Sustatool	B Impact	CG Matrix
Transparantie over leveranciers (bv. op website)	✗	✗	✓	✓
Risicoanalyse arbeidsomstandigheden vóór samenwerking met nieuwe leveranciers	✓	±	✓	±
Contract en/of vragenlijst rond arbeidsomstandigheden	✓	±	✓	✓
Beleid rond leefbaar loon	✓	✗	±	✓
Langetermijnrelaties met leveranciers	✗	✓	✓	✓
Actieve samenwerking met leveranciers rond arbeidsomstandigheden	✓	±	✓	✓
Informeren van werknemers van leveranciers over hun rechten & klachtenmechanisme	✗	✗	±	✗
Onafhankelijke audits bij leveranciers	±	✗	✓	±

Tabel 7. Arbeidsomstandigheden bij leveranciers in de vier tools.

temen die opgezet worden door NGO's om ervoor te zorgen dat jouw leveranciers een leefbaar loon kunnen betalen.

**Future Fit** stelt dat organisaties medeverantwoordelijk zijn voor wat er bij hun kernleveranciers gebeurt. Ze vraagt om leveranciers te screenen op vlak van kinderarbeid, lage lonen, lange werkdagen, verbod op vakbonden, gevaarlijke arbeidsomstandigheden en dwangarbeid. Future Fit geeft aan dat de [Social Hotspot Databank](#) daarvoor een goed startpunt is. Future Fit levert ook een Excel sheet aan om per leverancier bij te houden hoe ver de analyse staat, maar ze vraagt niet om leverancierslijsten publiek te maken. Verder geeft ze geen concrete handvaten om problemen in de keten aan te pakken, maar verwijst ze hiervoor naar een [praktische gids van de VN](#).

De **Sustatool** geeft de minste ondersteuning van alle tools: Ze geeft aan dat "duurzaamheidscriteria" een rol moeten spelen in het aankoopproces, maar benoemt arbeidsomstandigheden daarin niet expliciet als belangrijke pijler. Ook geeft ze weinig advies over hoe je duurzaam kan aankopen met aandacht voor mensenrechten.

### 4.2.3 Klanten

De impact van jouw organisatie op jouw klanten

Hoe kan je duurzaam omgaan met jouw klanten? Zoals je ziet in de tabel omvat dit domein een brede waaier aan

thema's. De basis is de bescherming van de klant: In een duurzame organisatie worden klanten correct en transparant geïnformeerd over de aard en impact van de producten, zonder misleidende marketing of verkooptechnieken, met vrijwaring van hun rechten en een correcte afhandeling van klachten. Daarover zijn alle tools het eens. Daarnaast legt elke tool ook nog zijn eigen accenten.

De **B Impact Assessment** krijgt op de hele lijn goede punten, behalve op het aspect van consuminderen. De tool legt een sterkere nadruk op het meten van de impact van jouw producten en diensten op jouw klanten dan de andere tools.

De **Sustatool** focust sterk op de afstemming van producten en diensten op de noden van de klant en op de kwaliteit en veiligheid van producten. Ze beschermt klanten ook door klantkredieten te beperken en transparantie te vragen over de total cost of ownership.

Thema	Subthema	Future Fit	Sustatool	B Impact	CG Matrix
Producttransparantie		✓	✓	✓	✓
Eerlijke marketing		✓	✓	✓	✓
Consumentenrechten	Klachtenafhandeling	✓	✓	✓	✓
	Privacy en gegevensbescherming	±	✓	✓	±
Toegankelijkheid voor mensen met financiële of andere beperkingen		✓	✓	✓	✓
Kwaliteitsborging		✗	✓	✓	✗
Klantenbetrokkenheid	Bevraging en feedback	✓	✓	✓	✓
	Gezamenlijke productontwikkeling	✗	✓	✓	✓
Impact van het gebruik van de producten of diensten op de klant	Do no harm	✓	✓	✓	✓
	Do good	✓	✗	✓	✓
Consuminderen		✗	±	✗	✓

Tabel 8. Klantenbeleid in de vier tools.

De **Common Good Matrix** heeft geen aandacht voor de kwaliteit van de producten of diensten, maar wel voor het maatschappelijke nut ervan. Nuttige producten en diensten komen tegemoet aan een basisbehoefte van de mens of ze dragen bij aan gemeenschappen of de regeneratie van de aarde.

Luxeproducten zijn per definitie niet duurzaam volgens de Common Good Matrix. Verder vraagt ze organisaties om overconsumptie te vermijden door de boodschap van de economie van het "genoeg" ("sufficiency") uit te dragen.

**Future Fit** heeft twee break-even doelen gericht op klanten. Het eerste focust op transparante communicatie. Future Fit geeft aan dat jouw communicatie sterk bepaalt hoe consumenten zullen omgaan met jouw producten. Hoe meer producten je hebt met een communicatieplan rond toegankelijke communicatie voor jouw klanten, hoe hoger de Future Fit score voor dit doel. Het tweede doel gaat over klachtenafhandeling. Future Fit definieert acht criteria waaraan de klachtenafhandeling moet voldoen op basis van een [rapport van CSR Europe](#). Je bent 30% Future Fit als de basiscriteria vervuld zijn, zoals dat klanten het klachtenafhandelingsproces vertrouwen. Per extra criterium waaraan jouw organisatie voldoet, stijgt jouw Future Fit score.

#### 4.2.4 Positieve sociale impact van jouw organisatie

Hoe breng je de sociale kant van jouw businessmodel in kaart?

Organisaties met een sociale missie kunnen hun positieve impact op de maatschappij in kaart brengen met één van de tools:

**Future Fit** heeft hier expliciet aandacht voor via haar positieve doelstellingen, de "positive pursuits", waarbij verschillende van de doelstellingen gaan over hoe organisaties het welzijn van mensen kunnen verhogen. Dit gaat van stappen die bijna elke organisatie kan nemen, zoals werkgelegenheid bieden aan mensen die moeilijker aansluiting vinden bij de arbeidsmarkt, tot meer ambitieuze doelen waarbij kwetsbare groepen geholpen worden op vlak van gezondheid, veiligheid of deelname aan de maatschappij. Future Fit geeft algemene richtlijnen over hoe je over jouw positieve bijdrage kan rapporteren.

De **Common Good Matrix** heeft een onderdeel gewijd aan de positieve sociale impact van jouw organisatie. Je rapporteert over jouw impact aan de hand van het aantal activiteiten dat je hebt georganiseerd en het aantal mensen dat je hebt bereikt. Je kan in totaal 50 punten verdienen met jouw positieve sociale impact in de Common Good Matrix.

De **B Impact Assessment** definieert twee types van businessmodellen met een positieve sociale impact:

1. Het "community-oriented business model" waarbij jouw businessmodel een boost geeft aan liefdadigheidsorganisaties, kleinschalige duurzame leveranciers of jouw lokale gemeenschap. Je hebt dit type van businessmodel als je bijvoorbeeld een coöperatie bent waarin jouw leveranciers aandelen hebben (bv. landbouwcoöperatie), fair trade aankoopt, microkredieten aanbiedt aan

Thema	Future Fit	Sustatool	B Impact	CG Matrix
Positieve sociale impact	✓	✗	✓	✓

Tabel 9. Positieve sociale impact in de vier tools.

groepen die moeilijk toegang krijgen tot financiering of een groot aandeel van jouw winst (meer dan 20%) elk jaar wegschenkt aan goede doelen. Je krijgt geen extra punten voor dit soort van businessmodellen, maar wel voor vrijwillige giften aan liefdadigheidsorganisaties.

2. het "customers impact business model" waarbij je sociale of economische problemen oplost voor bepaalde mensen (bv. toegang tot drinkwater, huisvesting of educatie voor mensen die anders geen toegang hebben). Voor dit businessmodel krijg je punten als je jouw impact in kaart brengt en verhoogt. De best practices rond impactgericht werken komen aan bod in de documentatie van de B Impact Assessment, zoals bijvoorbeeld het werken vanuit een Theory of Change. Verder krijg je vooral veel punten als je mensen ondersteunt die tot de allerlaagste inkomens behoren (d.w.z., mensen die minder dan 2.5 dollar verdienen per dag).

De **Sustatool** geeft een aantal voorstellen over hoe je met jouw organisatie de lokale gemeenschap kan ondersteunen via giften of vrijwilligerswerk of via een partnerschap met een organisatie met een maatschappelijk doel. De tool gaat er niet van uit dat je zelf de organisatie met een maatschappelijk doel bent en geeft geen ondersteuning rond het rapporteren over jouw eigen positieve maatschappelijke impact.

## 4.3. Goed bestuur en participatie

Welke tool helpt om duurzaamheid rond bestuur en participatie in kaart te brengen?

Alle tools besteden aandacht aan de best practices voor goed bestuur en het betrekken van stakeholders in hun besluitvorming. We bespreken de belangrijkste verschillen tussen de tools op vlak van stakeholderbetrokkenheid, financieel beleid, corruptie en belastingfraude, en relaties met andere bedrijven.

### 4.3.1 Stakeholderbetrokkenheid

Betrekken van stakeholders in de beslissingen van jouw organisatie

Een stakeholder of belanghebbende is een persoon of organisatie die positieve of negatieve invloed ondervindt van jouw organisatie of die zelf een invloed kan uitoefenen op jouw organisatie.

Duurzaamheid vraagt dat jouw stakeholders (niet enkel jouw 'shareholders') mogen deelnemen aan de besluitvorming in jouw organisatie. Alle tools geven aan dat je jouw stakeholders minstens moet informeren en consulteren. De Common Good Matrix heeft het hoogste ambitieniveau en geeft aan dat stakeholders ook echt beslissingsmacht of medezeggenschap moeten krijgen voor de beslissingen die voor hen relevant zijn. Bij Future Fit vinden we de minst intensieve vorm van stakeholderparticipatie. Future Fit geeft aan dat je jouw stakeholders consulteert in het kader van de eventuele negatieve impact van jouw bedrijfsactiviteiten, maar vraagt verder geen intensieve betrokkenheid.

De B Impact Assessment en de Common Good Matrix hebben daarnaast ook aandacht voor de **eigendomsstructuur** van organisaties en de implicaties daarvan op het beslissingsproces.

Thema	Subthema	Future Fit	Sustatool	B Impact	CG Matrix
Stakeholderparticipatie	Informereren	✓	✓	✓	✓
	Consulteren	⚡	✓	✓	✓
	Medezeggenschap	✗	✗	✗	✓
Eigendomsstructuur (democratisch of inclusief)		✗	✗	✓	✓
Lokale verankering	Lokaal aankoopbeleid	✗	✓	✓	✗
	Lokaal aanwervingsbeleid	✗	✗	✓	✗
	Lokaal eigenaarschap	✗	✗	✓	✗
	Lokale financiering	✗	✗	✓	⚡

Tabel 10. Stakeholdersbetrokkenheid in de vier tools

Beiden moedigen organisaties aan om werknemers via eigendomsrechten formeel te betrekken bij het beleid. De B Impact Assessment heeft daarenboven ook aandacht voor lokaal eigenaarschap en eigenaars uit kwetsbare of achtergestelde groepen.

Tot slot kan je stakeholders ook betrekken in jouw onderneming door te streven naar **lokale verankering** via een lokaal aankoop- en aanwervingsbeleid en financiering bij lokale banken. De B Impact Assessment heeft het meeste aandacht voor die lokale verankering en de positieve effecten ervan.

### 4.3.2 Financieel beleid

Duurzame in- en uitstroom van geld in jouw organisatie

De geldstromen rondom een organisatie zijn een belangrijk aspect van duurzaam ondernemen. De tabel geeft aan welke tools aandacht besteden aan de in- en uitstroom van financiële middelen.

#### 1. Instroom

De B Impact Assessment en de Common Good Matrix hebben beiden aandacht voor de financiële middelen die een organisatie binnenkomen. Dit is een belangrijk aspect omdat de financiële stromen naar jouw organisatie sterk bepalen welke beslissingen je kan nemen. **Financieel onafhankelijke** organisaties en organisaties die door **ethische instanties** gefinancierd worden, hebben meer de mogelijkheid om duurzame beslissingen te nemen dan organisaties die afhankelijk zijn van niet-ethische financiers.

Thema	Subthema	Future Fit	Sustatool	B Impact	CG Matrix
Instroom	Financiële onafhankelijkheid	✗	✗	⚡	✓
	Ethische financiering	✗	✗	✓	✓
Uitstroom	Billijke aanwending van winst	✗	✗	✓	✓
	Ethische investeringen	✓	✗	✗	✓
	Liefdadigheid en vrijwillige giften	✓	✓	✓	✓

Tabel 11. Financieel beleid in de vier tools

## 2. Uitstroom

Wat betreft de uitstroom van financiële middelen geven de tools jou ook een aantal richtlijnen en indicatoren. De Common Good Matrix gaat daarin een stapje verder dan de andere tools.

- **Winstuitkering:** Volgens de Common Good Matrix moeten duurzame organisaties altijd eerst alle stakeholders eerlijk vergoeden en het voortbestaan van hun organisatie veiligstellen, ook voor toekomstige uitdagingen zoals de klimaatverandering, vooraleer er winst mag uitgekeerd worden aan de aandeelhouders. De B Impact Assessment koppelt gelijkaardige voorwaarden aan het gebruik van de winst, maar Future Fit en de Sustatool niet.
- **Investerings:** Duurzame organisaties investeren geen middelen in niet-duurzame projecten. De Common Good Matrix en Future Fit zijn de enige tools die vragen stellen over de mate waarin duurzaamheidscriteria meegenomen worden in investeringsbeslissingen.
- **Liefdadigheid:** Alle tools hebben aandacht voor liefdadigheid en het vrijwillig geven van tijd en/of middelen aan non-profit organisaties.

### 4.3.3 Corruptie en belastingfraude

Maatschappelijke spelregels rond belastingen, lobbywerk en anti-corruptie

Duurzame organisaties spreken zich expliciet uit tegen corruptie en weerhouden zich van andere illegale praktijken, zoals belastingfraude. Verder communiceren duurzame organisaties ook transparant over hun lobbywerk (bv. ze publiceren lijsten van met wie ze gesproken hebben). De tools liggen hier allemaal in

Thema	Future Fit	Sustatool	B Impact	CG Matrix
Lobby- en anti-corruptiebeleid	✓	✓	✓	✓
Correct betalen van belastingen	✓	✗	✓	✓

Tabel 12. Corruptie en belastingfraude in de vier tools.

dezelfde lijn. De Sustatool heeft wel als enige geen aandacht voor het correct betalen van belastingen.

### 4.3.4 Relatie met andere organisaties

Duurzame relaties met concurrenten en andere business partners

De uitdagingen rond duurzaamheid zijn vandaag zo groot dat het essentieel is dat organisaties actief samenwerken en partnerschappen uitbouwen. Dat gaat van leveranciers tot concullega's: met jouw leveranciers ga je actief in dialoog om samen naar duurzame oplossingen te zoeken. Met sectorgenoten bouw je partnerschappen om nieuwe oplossingen te vinden, bijvoorbeeld voor de strenge eisen van de Green Deal. Duurzame organisaties verlaten dus het model om de concurrentie te snel af te willen zijn en leveranciers tegen elkaar te laten opbieden voor het beste aanbod. In de tabel zie je hoe de tools de relaties met andere organisaties aanpakken.

De **Common Good Matrix** stelt hierin sterkere eisen dan de drie andere tools. Bedrijven worden gevraagd actief samen te werken met elkaar om de sector duurzamer en performanter te maken. Er wordt solidariteit verwacht met andere bedrijven en die solidariteit kan gaan van het doorschuiven van opdrachten en kennis, tot het ter beschikking stellen van werknemers of technologie aan andere organisaties.



De **B Impact Assessment** en de **Sustatool** hebben een gelijkaardige visie op de relatie met andere bedrijven: Ze hebben aandacht voor samenwerkingen en partnerschappen met sectorgenoten, die verschillende vormen kunnen aannemen (lerende netwerken, samenwerking in sectorfederaties, e.d.). Qua eerlijke handelspraktijken geven ze aan dat er gewerkt moet worden vanuit de basisprincipes van vertrouwen en respect, zonder oneerlijke contractvoorwaarden voor handelspartners (eenzijdige prijswijzigingen, onbillijke contractperiodes, betaalstructuur etc.).

**Future Fit** spreekt zich enkel uit over bedrijven binnen de directe waardeketen, waarover de onderneming of organisatie dus ook een zekere invloed heeft. Over eerlijke handelspraktijken zegt Future Fit ook weinig: er is een Break Even Goal over "ethical business", maar dat heeft vooral betrekking op anti-corruptie praktijken, niet op eerlijke marges of misbruik van de marktmacht.

Thema	Future Fit	Sustatool	B Impact	CG Matrix
Eerlijke handel (geen misbruik van marktmacht)	✗	✓	±	✓
Win-win netwerk en partnerschappen	✗	✓	✓	✓
Solidariteit met andere organisaties	✗	✗	✗	✓

Tabel 13. Relaties met andere organisaties in de vier tools.

---

05.

# Beslissingscriteria op een rij



Na de uitgebreide bespreking van de inhoud van de tools, komen we terug op verschillende andere **beslissingscriteria** die je kan gebruiken om te beslissen welke tool geschikt is voor jouw organisatie. We geven aan hoe de tools jouw organisatie kunnen ondersteunen bij jouw interne besluitvorming en externe communicatie. We bekijken ook enkele praktische aspecten die een tool meer of minder geschikt kunnen maken voor jouw organisatie. Een overzicht van deze bespreking vind je in Tabel 14.

## 5.1. Praktisch

Voor kleinere organisaties zonder veel voorkennis rond duurzaamheid kan het belangrijk zijn om een tool te kiezen in het Nederlands die de informatie op een heel laagdrempelige manier weet te presenteren. In Tabel 14 zie je een overzicht van de taal en benodigde voorkennis bij de vier tools. Als kanttekening moeten we helaas meegeven dat geen enkele tool 100% toegankelijk is zonder voorkennis over duurzaamheid, omdat alle tools jargon bevatten.

De **Sustatool** scoort het beste qua toegankelijkheid: Ze biedt informatie aan in het Nederlands, is afgestemd op de Belgische context en heeft minder jargon dan de andere tools. Toch is ook de Sustatool zwaar voor organisaties zonder voorkennis. De gratis workshops helpen je wel op weg.

De andere tools zijn minder toegankelijk om verschillende redenen: **Future Fit** vonden we wetenschappelijk gezien de meest correcte tool, maar is qua advies vaak minder makkelijk te lezen en toe te passen in de context van een Belgische organisatie. De **B Impact Assessment** heeft heel wat vragen die vrij ingewikkeld zijn opgesteld en die

voorkennis vragen om correct te beantwoorden en te documenteren voor de auditor. De **Common Good Matrix** is leesbaar geschreven, maar geeft weinig ondersteuning rond best practices. Zo zijn er bijvoorbeeld negatieve punten voor hoge risico's op mensenrechtenschendingen bij leveranciers, maar er staat niet in de handleiding hoe je die risico's kan inschatten.

## 5.2. Interne besluitvorming

### 5.2.1 Relevantie

De tools zijn allemaal voldoende breed om relevant te zijn voor verschillende organisatietypes en -groottes. Ze zijn wel meer gericht op organisaties die producten aanbieden. Als je een kleine organisatie bent die vooral diensten aanbiedt, dan zal je de informatie moeten filteren om tot de relevante informatie voor jouw organisatie te komen.

Sommige tools passen zich automatisch aan naar jouw **sector** of hebben een sectorspecifieke variant. Zo zien we dat de **Sustatool** een variant heeft voor de voeding-, bouw- en zorgsector en

de **Common Good Matrix** aparte ondersteuning aanbiedt voor steden, kennisinstellingen en bedrijven. Ook de B Impact Assessment past zich aan naar jouw sector, zodat irrelevante vragen niet aan bod komen.

**Kleine organisaties** voelen zich mogelijk comfortabeler bij de **Sustatool**, die specifiek gericht is op kmo's. De **Common Good Matrix** en de **B Impact Assessment** hebben verder ook een (licht) aangepaste versie voor kleinere organisaties. Future Fit is hetzelfde voor grote en kleine organisaties, maar mits voldoende voorkennis of begeleiding is deze tool ook bruikbaar voor kleine organisaties.

## 5.2.2 Volledigheid

De volledigheid van de tools kan je op twee manieren bekijken (zie ook Tabel 14):

1. Volledigheid in termen van de **diepgang** van de informatie: welke tool stelt de meest impactgerichte acties en indicatoren voor, gebaseerd op de laatste wetenschappelijke inzichten en best practices? Wij vonden **Future Fit** en de **B Impact Assessment** het best geworteld in de wetenschappelijke praktijk en met het meeste diepgang qua acties en indicatoren.

2. Volledigheid in termen van **thema's**: geen enkele tool was 100% volledig en elke tool heeft sterke en zwakke punten. Je kan in functie van jouw eigen noden bekijken welke tools wegvallen omdat een cruciaal thema onvoldoende aan bod komt. Of je kan kiezen om te "hoppen" tussen de verschillende tools en de sterke punten van elke tool te gebruiken voor jouw duurzaamheidsbeleid. Tabel 14 geeft een overzicht van

de sterke en zwakke punten die we opvallend vonden in de tools.

## 5.2.3 Filosofie en ambitie van de tools

De filosofie achter een tool kan best matchen met de filosofie rond duurzaamheid in jouw organisatie. Als duurzaamheid heel belangrijk is voor jouw organisatie, dan kies je best een tool met een hoog ambitieniveau en een horizon die samenvloeit met de doelstellingen van jouw organisatie. In Tabel 14 schetsen we kort welke filosofie rond duurzaamheid er achter elke tool zit.

Future Fit, de Common Good Matrix en de B Impact Assessment geven alle drie aan dat de huidige business-as-usual niet langer werkt. Volgens de **Common Good Matrix** zijn duurzame organisaties maximaal afgestemd op de noden van stakeholders en dit op een democratische manier, door hun stakeholders zoveel mogelijk te betrekken in beslissingen. Voor **Future Fit** zijn organisaties pas duurzaam als ze actief streven naar géén negatieve impact op mens en milieu. De **B Impact Assessment** vertrekt vanuit het idee dat de wereld een betere plaats wordt als steeds meer organisaties duurzame best practices opnemen in hun model.

Er is een duidelijk onderscheid tussen de **Sustatool** en de andere drie duurzaamheidstools wat betreft achterliggende filosofie en ambitieniveau: De Sustatool is voor verschillende thema's minder veeleisend dan de andere tools en geeft ook geen normatief kader mee. Dat is handig als je je niet kan vinden in één van de kaders van de andere tools, maar het heeft ook nadelen. De complexiteit van duurzaam ondernemen wordt bij de adviezen van de Sustatool

soms te weinig in rekening gebracht. Bijvoorbeeld voor het klimaatbeleid wordt er als tip gegeven om bomen te planten of je CO<sub>2</sub>-voetafdruk te compenseren. Er wordt niet aangegeven dat het compenseren vaak onvoldoende is en dat er kwaliteitsverschillen zijn in compensatie, zoals Future Fit aangeeft. Ook het advies rond bomen planten houdt geen rekening met biodiversiteit en andere systemen die mogelijk verstoord raken wanneer je zonder voorkennis aanplantingen maakt. Het is belangrijk om je als organisatie bewust te zijn van die complexiteit en hiermee rekening te houden als je beslissingen neemt.

#### 5.2.4 Type ondersteuning

De tools verschillen in hun nadruk op meten en evalueren enerzijds of het nemen van actie anderzijds. Wie graag concrete handvaten heeft om **actie** te ondernemen en te verduurzamen, vindt vandaag de meeste input bij de **Sustatool**, **Future Fit** en de **B Impact Assessment**. Bij de Common Good Matrix kan je ook actiepunten vinden, maar de focus ligt meer op meten en rapporteren.

Qua **meten** en het uitschrijven van een duurzaamheidsrapport vinden we **Future Fit** en de **Common Good Matrix** het beste uitgewerkt: Beiden geven een coherent kader en overzicht van de impact van jouw organisatie. De B Impact Assessment heeft een uitgebreide vragenlijst maar geeft je, naast het algemene dashboard met punten, geen overzichtelijk rapport met cijfers van jouw organisatie. De Sustatool kan wel gebruikt worden om een duurzaamheidsrapport te genereren waarin indicatoren en cijfers opgenomen zijn, maar het is wat omslachtig om de 15 thema's én subthema's open te klikken

en daarna indicatoren en acties te selecteren. De Sustatool wordt op dit moment herwerkt, dus in de toekomst ziet dit er mogelijk anders uit.

### 5.3. Externe communicatie

Qua externe communicatie vonden we de **B Impact Assessment** de meest interessante tool vanwege haar steeds toenemende naamsbekendheid. Ze scoort op alle aspecten van externe communicatie (zie Tabel 14) en biedt organisaties een duurzaamheidslabel, -score en certificaat geverifieerd door een onafhankelijke partij. De scores van de assessment kan je gebruiken om te benchmarken en organisaties te vergelijken met elkaar qua duurzaamheid. Verder is het B Corp netwerk een sterk geëngageerd netwerk waarin gecertificeerde organisaties elkaar vooruit helpen.

De **Common Good Matrix** biedt ook een duurzaamheidsscore, certificaat en (binnenkort) een label. De totaalscore op 1000 kan je gebruiken om organisaties te benchmarken of te vergelijken met elkaar. Vanwege de lagere naamsbekendheid van de Common Good Matrix in België is deze tool vandaag minder interessant om mee uit te pakken. Het label voor op de website en op jouw producten is vandaag ook nog in ontwikkeling. De Common Good Matrix helpt wel in het opstellen van een helder duurzaamheidsrapport. De B Impact Assessment is meer een vaste invuloefening en organisaties stellen daarnaast vaak hun eigen, inspirerende duurzaamheidsrapport op dat ze zelf geschikter vinden voor externe communicatie.

**Future Fit** komt op de derde plaats voor externe communicatie. Organisaties die zich engageren om Future Fit te worden, maken een belangrijk statement. Maar Future Fit biedt geen duurzaamheidslabel en de Future Fit scores zijn ook minder handig voor externe communicatie. De scores geven aan hoeveel van jouw negatieve impact op mens en milieu je hebt geëlimineerd tegenover een referentiejaar. Dit betekent dat organisaties die al vrij duurzaam produceerden in het referentiejaar een nadeel hebben, omdat het gemakkelijker is om grote vooruitgang te boeken als je rond duurzaam ondernemen nog niets deed dan om jouw laatste streepje negatieve impact te elimineren. Het kan verwarrend zijn dat

de ene organisatie 50% Future Fit is en een andere 20% maar dat die laatste toch (veel) duurzamer is dan de eerste omdat ze in hun referentiejaar al een voorbeeldorganisatie waren. De scores kan je dus niet gebruiken om organisaties te benchmarken of vergelijken met elkaar. Future Fit heeft ook geen label voor op jouw producten.

De **Sustatool** vonden we vandaag de minst relevante tool voor externe communicatie: Je kan wel zeggen dat je deze tool gebruikt, maar daar hangt verder weinig betekenis aan vast voor jouw klanten. De tool helpt jou wel om een duurzaamheidsrapport op te stellen, maar dat is in de huidige versie van de tool ook niet zo gebruiksvriendelijk.

		Future Fit	Sustatool	B Impact	CG Matrix
Oorsprong		Future Fit Foundation (VK)	Vlaamse Overheid (BE)	B Corp (VS)	International Federation for the Common Good (DUI)
Promotie in België		<a href="#">GRUUND</a>	<a href="#">MVO Vlaanderen</a>	<a href="#">The Shift</a>	<a href="#">ECG België</a>
<b>Praktisch</b>					
Taal		Engels	Nederlands	Engels	Engels
Kostprijs		Gratis te gebruiken. Begeleiding en certificaat zijn betalend (variabele kostprijs)	Gratis te gebruiken	Gratis te gebruiken. Gegevens doorsturen naar B Lab kost eenmalig min. € 250. Certificaat: min. € 2000 / jaar	Gratis te gebruiken. Lidmaatschap: min. € 60/jaar Certificaat: min. € 500 om de twee jaar
Toegankelijkheid zonder kennis over duurzaamheid		Laag	Medium	Laag	Laag
Vorm van ondersteuning		<a href="#">website</a> , consultants, community	<a href="#">website</a> , workshops, coaches	<a href="#">website</a> , webinars, werkgroepjes (bv. rond klimaat), community	<a href="#">website</a> , consultants, peer sessies, community, voorbeeldrapporten
<b>Interne besluitvorming</b>					
Relevantie	Sectorspecifiek	/	Zorg, bouw en voedingssector	Aanpassingen naar sector. Het certificaat is enkel voor for-profit organisaties	Aanpassingen voor organisaties (weging i.f.v. sector), steden en onderwijsinstellingen
	Kleine organisatie	Geen aanpassingen	Gericht op kmo's	Aanpassing naar grootte	Aanpassing naar grootte
Volledigheid	Diepgang	Hoog	Laag	Hoog	Laag
	Sterk punt	Milieu-impact van gebouw & productie	Mobiliteit	Mens- en milieubeleid voor leveranciers	Goed bestuur en participatie
	Zwak punt	Mobiliteit	Mens- en milieubeleid voor leveranciers	Ecodesign	Biodiversiteit
Filosofie rond duurzaam ondernemen		<b>Net zero model</b> Duurzame organisaties hebben geen negatieve impact op mens en milieu	<b>Praktisch model</b> Duurzame organisaties nemen elk jaar stappen richting duurzaamheid	<b>Best practice model</b> Duurzame organisaties ondernemen volgens gekende best practices	<b>Democratisch model</b> Duurzame organisaties ondernemen in functie van de samenleving
Alineëring met SDGs		✓	✓	✓	✗
Ondersteuning	Actie ondernemen	✓	✓	✓	±
	Meten / evalueren	✓	±	✓	✓
<b>Externe communicatie</b>					
Output	Dashboard	✓	✗	✓	✓
	Rapport	✓	✓	±	✓
	Score	Ja, % verbetering tegenover baseline jaar	Neen, niet bruikbaar voor communicatie	Ja, score op 200	Ja, score op 1000
Benchmarken		✗	✗	✓	✓
Certificaat		✓	✗	✓	✓
Label		✗	✗	✓	✓
Naamsbekendheid		Laag	Laag	Medium	Laag
Netwerk van organisaties		✓	✗	✓	✓

Tabel 14. Overzicht van de belangrijkste kenmerken per tool.

---

**06.**

**En nu: Welke tool  
kies ik?**



In de voorbije hoofdstukken kwamen de verschillen en gelijkenissen van de vier tools uitgebreid aan bod. Er zijn veel factoren waar je als organisatie rekening mee kan houden. Voor wie naast alle genuanceerde informatie nood heeft aan een **snel overzicht**, geven we hieronder een **concrete aanbeveling** voor een duurzaamheidstool voor drie types organisaties.

### **Organisatietype 1: Doeners – meteen aan de slag**

Je wil duurzaamheid integreren in je organisatie en je bent op zoek naar concrete acties die je kan ondernemen

**Onze aanbeveling:** De Sustatool

**Waarom?** De Sustatool biedt de meest concrete tips rond duurzaam ondernemen, is afgestemd op de Belgische context en is tegelijk ook vrij volledig qua thema's. Als je de voorgestelde acties implementeert, dan zet je concrete stappen richting duurzaam ondernemen. Je kan ter aanvulling Future Fit gebruiken als je graag wat meer diepgang wil (bv. rond het compenseren van je klimaatvoetafdruk). Voor het beleid bij leveranciers stellen we voor om aanvullend de [due diligence toolbox](#) te gebruiken.

**Hoe?** Boek een workshop of ga zelf aan de slag. Voor wie zelfstandig aan de slag gaat, bevelen we aan om Stap 1 van de Sustatool (de "scan") te skippen en meteen de acties en indicatoren bij Stap 3 ("concretiseer") te bekijken. Neem de acties en indicatoren door, vink alle relevante acties en indicatoren aan en download de lijst. Je kan meteen op basis van de actiepunten aan de slag. De tool is eigenlijk meer gericht op rapportering dan op het nemen van actie, maar je kan hem flexibel gebruiken zoals je wil en hij geeft zeer hands-on

richtlijnen voor actie. Voor jouw duurzaamheidsrapportering krijg je dankzij de indicatorenlijstjes per thema ook een overzicht van cijfers die je kan verzamelen voor je duurzaamheidsrapport.

### **Organisatietype 2: Duurzame organisatie zoekt communicatiemiddel**

Jouw organisatie is al enkele jaren goed bezig rond duurzaam ondernemen en is op zoek naar een manier om dit naar buiten te brengen.

**Onze aanbeveling:** B Impact Assessment

**Waarom?** De B Impact Assessment heeft de grootste naam bekendheid van alle tools en een sterk netwerk van organisaties dat elkaar sterker maakt (sommige B corps geven andere B corps kortingen op hun producten en diensten). De tool levert je ook heel wat aanbevelingen op over hoe je jouw werking nog verder kan verduurzamen. Het certificaat kan je enkel behalen als for-profit organisatie, dus non-profits die ook een tool willen met een certificaat en een score om te vergelijken met andere organisaties, kunnen beter gebruikmaken van de Common Good Matrix.

**Hoe?** Maak een account en vul de tool in met jouw gegevens om jouw score te berekenen. Het kan even duren voor

je alle gegevens hebt verzameld. Als je 80/200 behaalt, dan kan je gaan voor het label. Bekijk zeker ook de tips over hoe je jouw score kan verhogen.

### **Organisatietype 3: Hoog ambitieniveau, zoekend naar coherent kader**

Jouw organisatie is klaar voor het volgende niveau: Je wil écht het verschil maken, diep graven, alles aanpakken.

**Onze aanbeveling:** Future Fit of de Common Good Matrix

**Waarom?** Future Fit en de Common Good Matrix bieden elk op hun manier een ambitieus kader waar je als organisatie naar toe kan werken. Future Fit helpt je bij het bepalen van prioriteiten en is zeer geschikt voor organisaties met hoge ambities op vlak van milieu. De Matrix laat je vooral reflecteren over jouw organisatie en streeft ernaar om de waarden van mens en milieu struc-

tureel te verankeren in elke beslissing.

**Hoe?** Beide platformen zijn volledig open source en je kan dus aan de slag zonder een account aan te maken. Bij Future Fit moet je uiteindelijk bij de [Break Even Goal Action Guide](#) en de [Positive Pursuit Guide](#) terecht komen. Voor de Common Good Matrix ga je aan de slag met het [Balance Sheet Workbook](#). Gebruik de tools om alles in kaart te brengen in jouw organisatie. Je kan de Matrix gebruiken om dit samen met jouw werknemers te doen. Future Fit is meer geschikt om het werk van jouw duurzaamheidscoördinator te verlichten. Met beide tools kan je een uitgebreid duurzaamheidsrapport maken. Daarna pak je gestructureerd jouw negatieve impact op mens en milieu aan, beginnend bij de grootste impact, met de input die je krijgt van de tools en de community.

---

# 07.

## Conclusie en reflecties

**Duurzaam ondernemen** vraagt een nieuwe kijk op ondernemen. De exclusieve focus op het realiseren van winst, groei en meerwaarde voor aandeelhouders en klanten wordt verlaten. In plaats daarvan komt de uitdaging om jouw organisatie **toekomstbestendig** te maken en te synchroniseren met de **noden van jouw stakeholders en de planeet**.

Vandaag zijn de meeste organisaties zoekende naar hoe ze dit kunnen verwezenlijken. Businessmodellen die al decennialang bestaan worden momenteel radicaal in vraag gesteld. De omschakeling die nodig zal zijn om te voldoen aan de Green Deal zal voor veel organisaties gigantisch zijn. Naast het voldoen aan de wetgeving blijft er ook de nood aan een wervend verhaal en duidelijke communicatie over duurzaamheid.

Duurzaamheidstools laten toe om op een gestructureerde wijze jouw duurzaamheidsbeleid en -prestaties in kaart te brengen en uit te drukken in meetbare parameters. Ze tonen waar de organisatie sterk staat en waar er ruimte is voor verbetering. Ze leveren daarnaast ook een coherente lijst van actiepunten en kwaliteitsvolle achtergrondinformatie waarmee je aan de slag kan. Ze zijn dus een goed aanknopingspunt voor een proces van continue verbetering en ze maken de vooruitgang van jouw organisatie meetbaar.

Tegelijk is elke tool maar een hulpmiddel. De resultaten die de tool oplevert, zijn dan ook sterk afhankelijk van de mensen die ze gebruiken. Wanneer het management niet overtuigd is, blijft het rommelen in de marge. De kans blijft dan klein dat duurzaamheid wordt verankerd in de missie, visie en strategische doelstellingen. De implementatie

van een nieuwe tool mag ook niet onderschat worden in termen van wat het losweekt in een organisatie om transparant te zijn over bepaalde cijfers en thema's. Voordat een tool echt ingang kan vinden in een organisatie moet er meestal wat weerstand weggewerkt worden.

Een laatste tip die we willen meegeven is 'to dream big and start small': Wees ambitieus maar laat je niet verlammen door de vele keuzes en die je als duurzame organisatie moet maken. Gebruik de tools om prioritair punten aan te pakken waar je het meeste impact mee kan hebben. Dat kan net zo goed zijn door meer te doen van datgene waar de organisatie sterk in is, als door actie te ondernemen op domeinen waar er ruimte is voor verbetering.

## Overzicht tools en websites

### De tools uit dit rapport

[Sustatool](#) - Duurzaamheidstool van MVO Vlaanderen

[B Impact Assessment](#) - Duurzaamheidstool van de B Corp beweging

[Future Fit Business Benchmark](#) - Duurzaamheidstool van de Future Fit Foundation

[Common Good Matrix](#) - Duurzaamheidstool van de Economy for Common Good beweging

### Andere tools en websites

#### Duurzaamheidsrapportering

[GRI](#) - Veelgebruikt kader met indicatoren voor duurzaamheidsrapportering

#### Duurzame producten en diensten

[Open LCA](#) - Gratis tool voor levenscyclusanalyse. Voorkennis is een must

[Ecolizer](#) - Tool van OVAM voor vereenvoudigde levenscyclusanalyse

[MCI tool](#) - Tool van Ellen MacArthur Foundation rond circulair ondernemen

[SIN-list](#) - Lijst van giftige stoffen die je best vermijdt in jouw organisatie

[Cradle-to-Cradle certificaat](#) - Certificaat en label voor circulaire producten

#### Klimaat

[Science-based targets](#) - Veelgebruikt kader voor klimaatdoelstellingen op organisatieniveau

[GhG Rapporteringsstandaard](#) - Richtlijnen om over jouw broeikasgasemissies te rapporteren

#### Duurzaam leveranciersbeleid

[MVO risicochecker](#) - Tool om jouw toeleverketen te screenen op duurzaamheidsrisico's

[Due Dilligence tool](#) - Tool om je te helpen met jouw leveranciersbeleid

[Gedragscode sjabloon](#) - Voorbeeld van een gedragscode rond duurzaamheid voor leveranciers

[Ecovadis](#) - Systeem om jouw leveranciers te bevragen rond duurzaamheid