

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen: 'Het zit in onze genen'



Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) is 'hot'. MVO wordt door veel ondernemers als marketingtool ingezet, maar slechts door weinigen ook écht omarmd. Voor Hendriks Coppelmans Bouwgroep is MVO eigenlijk niets nieuws. "Het zit in onze genen en we handelen er al sinds begin jaren negentig naar", stelt algemeen directeur Bart Hendriks. "De basis ligt in wat we vroeger 'gewoon goed je best doen' noemden."

"Duurzaamheid en MVO worden vaak verward. Terwijl het laatste veel omvattender is en gaat over mensenrechten, arbeidsomstandigheden, consumentenbelangen en eerlijk zaken doen. In 1992 bedachten wij onze 'piramidevisie': een evenwichtig ondernemingsbeleid op vier vlakken: People, Planet, Profit en Promotion. Alle vier zijn herkenbaar in het moderne MVO", constateert Hendriks. Om te meten hoe maatschappelijk verantwoord een bedrijf is, is door diverse certificerende instellingen de MVO-Prestatieladder ontwikkeld, met 33 meetpunten. "Wij gaan onze projecten en activiteiten daar verder op verbeteren. Als bedrijf moet je een verantwoorde bijdrage leveren aan de maatschappij, vinden wij. Daarnaast is constante verbetering en innovatie nodig om levensvatbaar te blijven."

Geen 'geitenwollen sokken'-praat

MVO ligt bij Hendriks Coppelmans verankerd in de visie en missie. "Wij werken vanuit de overtuiging dat iedereen recht heeft op goede huisvesting en een prettige leefomgeving. Mensgerichtheid, zorgvuldigheid en respect zijn waarden die je overal bij ons tegenkomt. Dat is geen 'geitenwollen sokken'-praat, maar concreet beleid waarmee we een heel gezonde onderneming draaien." Op gebied van duurzaamheid en consumentgerichtheid kan de bouwbranche nog veel verbeteren. Hendriks Coppelmans heeft al flinke stappen gezet. "In 2003 waren wij de eerste FSC-houtgecertificeerde bouwonderneming in Nederland", vertelt directeur ontwikkeling René Beks. "We ontwikkelden in Veghel jaren geleden al een duurzame Zonnewoning, die 15 procent energiezuiniger is dan een normale nieuwbouwwoning. Een verbeterde

versie daarvan is nu onder andere te koop in de wijk Repelakker in Zeeland, als woning 'Groenst'."

Ook vanuit het beleidsvlak promotion neemt Hendriks Coppelmans verantwoordelijkheid. "Duurzaamheid speelt voor woonconsumenten nog geen hoofdrol", weet Beks. "Wij investeren in voorlichting en bewustwording. Rekenmodellen om te laten zien wat de energiebesparing is, maar ook uitleg aan kopers hoe ze duurzaam in hun woning blijven wonen." Beks is ervan overtuigd dat energiezuinigheid de komende jaren het verschil gaat maken. "Een nieuwere woning is net als een auto duurder dan een tweedehandse, maar ook zuiniger. Hypotheekverstrekkers nemen die lagere maandlasten mee en zullen bereid zijn meer geld te verstrekken."

Inspraak voor woonconsument

De consument centraal stellen is ook onderdeel van MVO. Klanttevredencijfers tonen aan dat dat wel goed zit bij Hendriks Coppelmans. Maar het bedrijf wil meer zijn dan een kwaliteitsleverancier met een uitstekende service. Hendriks: "We spelen in op actuele woonwensen. Kopers willen inspraak en keuzevrijheid. Daarom ontwikkelden we in 2003 Wonen naar Wens*." Beks: "Kopers krijgen inspraak in bouwprogramma en woningontwerp. Via keuzemodules stellen ze daarna zelf hun woning samen. In Grave hebben we dit gecombineerd met Collectief Particulier Opdrachtgeverschap. Het inmiddels opgeleverde project was het eerste in zijn soort in deze regio." Meer informatie: www.hendrikscoppelmans.nl.